

ALEXANDRU PAVEL | DANIELA ANGI | BOGDAN RADU | OVIDIU OLTEAN

SECTORUL INDUSTRIILOR CULTURALE ȘI CREATIVE DIN ZONA METROPOLITANĂ CLUJ ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI COVID-19

O ANALIZĂ A DINAMICILOR ECONOMICE,
A POLITICILOR DE SPRIJIN
ȘI A REZILIENȚEI SECTORULUI CREATIV

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ

Alexandru Pavel | Daniela Angi | Bogdan Radu | Ovidiu Oltean

•

**SECTORUL INDUSTRIILOR CULTURALE
ȘI CREATIVE DIN ZONA METROPOLITANĂ CLUJ
ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI COVID-19**

*O analiză a dinamicilor economice, a politicilor de sprijin
și a rezilienței sectorului creativ*

Referenți științifici:

Prof univ. dr. Ioan Hosu

Conf. univ. dr. Bogdana Neamțu

ISBN 978-606-37-1651-5

**© 2023 Autorii volumului. Toate drepturile rezervate.
Reproducerea integrală sau parțială a textului, prin orice
mijloace, fără acordul autorilor, este interzisă și se pedep-
sește conform legii.**

**Universitatea Babeș-Bolyai
Presa Universitară Clujeană
Director: Codruța Săcelean
Str. Hasdeu nr. 51
400371 Cluj-Napoca, România
Tel./fax: (+40)-264-597.401
E-mail: editura@editura.ubbcluj.ro
<http://www.editura.ubbcluj.ro/>**

SECTORUL INDUSTRIILOR CULTURALE ȘI CREATIVE DIN ZONA METROPOLITANĂ CLUJ ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI COVID-19

**O analiză a dinamicilor economice,
a politicilor de sprijin și a rezilienței
sectorului creativ**

Alexandru Pavel, Daniela Angi, Bogdan Radu, Ovidiu Oltean
(Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării,
Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca)

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ
2023

SECTORUL INDUSTRIILOR CULTURALE ȘI CREATIVE DIN ZONA METROPOLITANĂ CLUJ ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI COVID-19. O ANALIZĂ A DINAMICILOR ECONOMICE, POLITICILOR DE SPRIJIN ȘI A REZILIENȚEI SECTORULUI CREATIV

AUTORI:

Alexandru Pavel, Daniela Angi, Bogdan Radu, Ovidiu Oltean (Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca)

COORDONATORI SERIE

Rărița Zbranca
Mădălina Coman
Centrul Cultural Clujean

ABSTRACT

Studiul investighează reziliența sectorului cultural și creativ din Zona Metropolitană Cluj-Napoca (ZMC) în contextul crizei economice și sanitare generate de pandemia COVID-19. Lucrarea a fost realizată în a doua jumătate a anului 2021 și în primele luni ale anului 2022. Sunt analizate evoluția sectorului economic creativ, alături de răspunsul autorităților și al celor care activează în acest domeniu la criza economică și sanitară produsă de pandemie. Utilizând o metodologie mixtă, ce combină analiza datelor cantitative care surprind evoluția cifrei de afaceri și a numărului de angajați, cu analiza politicilor publice și a măsurilor de sprijin, raportul analizează felul în care pandemia a afectat activitatea companiilor și angajaților din sectorul cultural și creativ. Aflate în plină creștere și dezvoltare, industriile creative au fost forțate în multe cazuri să își suspende activitatea și să identifice rapid mecanisme viabile de adaptare. Prin acest demers încercăm să înțelegem gradul de reziliență al acestui sector și să documentăm felul în care cei care activează în aceste sectoare percep climatul social și economic din Cluj-Napoca și ZMC. De asemenea, în cadrul studiului discutăm eficacitatea politicilor și a măsurilor remediale pentru susținerea acestor industrii în timpul pandemiei, propunând o reevaluare a strategiilor locale și naționale pentru sprijinirea și finanțarea sectorului cultural și creativ independent.

CUVINTE CHEIE:

sectorul cultural și creativ, Cluj-Napoca, reziliență, politici remediale, pandemia COVID-19

DESPRE CERCETARE

Acest studiu a fost realizat de o echipă de cercetare de la Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării din cadrul Universității Babeș-Bolyai, în colaborare cu Centrul Cultural Clujean.

Mulțumim pentru sprijin Centrului Cultural Clujean și comunității de antreprenori și creatori independenți din sectorul cultural și creativ din Zona Metropolitană Cluj-Napoca.

CUPRINS

Sumar	4
Introducere	11
Metodologie și context	14
Rezultate	19
Discuții	95
Referințe	102
Anexe	107

Abrevieri utilizate pe parcursul textului

SCC: sectoare culturale și creative

ZMC: Zona Metropolitană Cluj

CCCM: Cultural and Creative Cities Monitor

SUMAR EXECUTIV

Sumar

Acest studiu investighează reziliența sectorului cultural și creativ (SCC) din Zona Metropolitană Cluj-Napoca în contextul crizei economice și sanitare generate de pandemia COVID-19. Utilizând o metodologie mixtă, ce combină analiza datelor cantitative care surprind evoluția numărului de unități economice, a cifrei de afaceri și a numărului de angajați, cu analiza politicilor publice și a măsurilor de sprijin, raportul analizează felul în care pandemia a afectat activitatea companiilor și angajaților din sectorul cultural și creativ. Cercetarea acoperă cu precădere acele sectoare culturale și creative aflate în afara sectorului public, accentul fiind plasat asupra societăților, organizațiilor și antreprenorilor ce activează în sectorul creativ privat și independent din Zona Metropolitană Cluj.

În prima secțiune a raportului trecem în revistă obiectivele cercetării. În cea de-a doua secțiune, este prezentată metodologia studiului în relație cu obiectivele de cercetare. În cea de-a treia secțiune sunt prezentate analiza datelor și rezultatele cercetării. Această secțiune debutează cu trecerea în revistă a diferitelor tipuri de intervenții și politici de sprijin pentru susținerea sectorului cultural și creativ în perioada pandemiei, în cadrul căreia cartografiem principalele tipuri de intervenții la nivel global și național și discutăm eficacitatea lor. Tot în această secțiune analizăm dezbaterile și demersurile de la nivelul Zonei Metropolitane Cluj în legătură cu adoptarea unor măsuri de sprijin pentru sectorul cultural și creativ. În a doua parte a acestei secțiuni examinăm efectul pandemiei asupra unităților economice din sectorul cultural și creativ, prin comparația unor indicatori economici (numărul unităților economice, al angajaților, cifra lor de afaceri și profitul) în anul de dinaintea pandemiei COVID-19 și în anul imediat următor. Măsurăm aceste schimbări de-a lungul câtorva dintre cele mai importante sectoare culturale și creative, precum design, muzică, producția de carte și presă tipărită, respectiv producție și distribuție de film, pe baza datelor de la Oficiul Național al Registrului Comerțului. În cea de-a treia și a patra parte a acestei secțiuni încercăm să surprindem perspectiva celor care activează în acest sector cu ajutorul datelor unui sondaj online și al unor interviuri semi-structurate care explorează în profunzime anumite teme și provocări reliefate în secțiunile anterioare, precum profilul celor care activează în sectoarele culturale și creative, nevoile acestora și eficacitatea programelor de sprijin și formare existente la nivel local. Ultima secțiune (secțiunea 4) este dedicată concluziilor.

Pe parcursul ultimilor ani, sectorul cultural și creativ din Cluj-Napoca a căpătat o oarecare centralitate în discuțiile despre dezvoltarea orașului. Autoritățile locale și opinia publică au vehiculat în nenumărate declarații și campanii de promovare importanța industriilor creative și a creativității pentru dezvoltarea municipiului Cluj-Napoca și a zonei sale metropolitane. Conform acestui discurs, existența unui sector cultural și creativ a contribuit la creșterea gradului de atractivitate a orașului și implicit la facilitarea atragerii de investiții și capital uman. La rândul lor, aceste dinamici par să fi dus la creșterea veniturilor și la alimentarea creșterii sectorului cultural și creativ într-un mod oarecum organic. Datele din cercetările anterioare din proiectul Cluj Future of Work, prin care am analizat vitalitatea sectorului cultural și creativ, ne indică existența unui anumit nivel de diversificare economică și complexitate a industriilor creative și o creștere susținută a acestui sector de-a lungul a 10 ani, între 2008 și 2018. Analiza inclusă în studiul din 2019 și prezentată în raportul Culturepreneurs publicat în 2021 reliefează un sector cultural și creativ relativ dinamic, format din companii cu un profil divers, care au reușit să își crească cifra de afaceri și să se dezvolte. Peisajul descris de aceste date ne arată un indice de vitalitate culturală ridicat și o tendință de creștere a importanței acestui sector în ponderea economiei locale, peste media pe care aceste sectoare o ocupă în ponderea economiei la nivel național. Pe baza raportului amintit, se poate spune că în Cluj-Napoca și zona metropolitană există o piață a produselor culturale și creative și un dinamism cultural care s-a dezvoltat aproape organic, cu un potențial de creștere, care contribuie în mod real la bunăstarea și dezvoltarea orașului. Aceste perspective au fost alimentate în ultimii ani de energia generată de emergența „Fabricii de Pensule”, spațiu artistic și fenomen cultural și creativ apărut în urmă cu aproape un deceniu, de vizibilitatea unor artiști precum Adrian Ghenie sau de apariția unor festivaluri de muzică și film care au câștigat foarte repede notorietate internațională. Reverberațiile acestor fenomene

au fost surprinse și de presa internațională. Publicații cu audiență globală precum *The Economist* sau *The Guardian* au dedicat câteva articole orașului Cluj-Napoca în ultimii ani, prezentând în general orașul și transformarea acestuia într-o perspectivă pozitivă și amplificând imaginea de hub economic și cultural emergent din Europa Centrală și de Est. Imaginea aceasta a fost alimentată și de atragerea de investiții în sectorul IT, dezvoltarea unor firme locale producătoare de software și emergența unui ecosistem incipient de start-up-uri în tehnologie. Identitatea din perioada post-tranziție și post-dezindustrializare a municipiului Cluj-Napoca s-a construit tot mai mult în ultimul deceniu în jurul creativității și al industriilor creative. Acest aspect a fost preluat și de autoritățile locale și transpus în conceptul de oraș inteligent (*smart city*) și dezvoltare inteligentă. Strategia integrată de dezvoltare urbană a municipiului Cluj-Napoca și a Zonei Metropolitane este construită în jurul acestui concept, deseori evidențiat de autorități și de factorii de decizie locali în politicile și măsurile luate la nivel local. Privit din această perspectivă, municipiul Cluj-Napoca pare să fi fructificat resursele locale și oportunitățile globale cu succes. Trecerea de la un oraș industrial la unul post-industrial a fost posibilă datorită catalizării potențialului creativ local.

Cu toate acestea, cercetarea de față ne-a relevat un tablou mult mai complex. Criza sanitară și economică produsă de pandemia COVID-19 a evidențiat fragilitatea companiilor și antreprenorilor din sectorul cultural și creativ. Studiul oferă o perspectivă comparativă atât temporală cât și spațială, prin care cititorul poate înțelege care este evoluția sectorului cultural și creativ în Cluj în perioada de dinainte și după declanșarea pandemiei, care sunt provocările la adresa sa și cum percep cei care activează în aceste domenii dificultățile generate de pandemie. Rezultatele analizei noastre, care compară evoluția cifrei de afaceri și a numărului de angajați între 2019 și finalul lui 2020, relevă reducerea semnificativă a cifrei de afaceri, pierderea angajaților și o contracție economică importantă la nivelul sectorului cultural și creativ. Printre puținele societăți care au înregistrat profit în Zona Metropolitană Cluj sunt cele care activează în sectorul produselor digitale. Celelalte companii care activează în zone care nu pot fi atât de ușor digitalizate au înregistrat scăderi ale cifrei de afaceri și pierderi semnificative. Pandemia a evidențiat fragilitatea acestui sector și precaritatea multora dintre aceste companii. În completarea acestei analize, interviurile realizate cu profesioniști și antreprenori din acest sector subliniază lipsa infrastructurii adecvate pentru susținerea dinamismului cultural din Cluj-Napoca și catalizarea potențialului său creativ, precum și nevoia unor finanțări care să susțină producția culturală locală și spațiile culturale private sau independente. Totodată, interviurile au semnalat și nevoia de a diferenția sectorul creativ și nevoile sale, de sectorul cultural independent și de a construi mecanisme de finanțare și forme de sprijin adecvate pentru specificul fiecăruia dintre aceste domenii. Dezvoltarea economică accelerată din ultimii ani, însoțită de creșterea prețurilor proprietăților imobiliare, a pus presiune pe sectorul cultural independent și pe antreprenorii din industriile creative, destructurând câteva din ecosistemele construite organic de aceștia și forțând migrația acestora către localitățile din zona metropolitană. Lipsa unor politici coerente și a unor mecanisme de sprijin și finanțare mai consistente, corelate cu lipsa de coeziune din cadrul rețelilor de creatori și artiști, a dus la fragilizarea acestor sectoare și a împiedicat agregarea rețelilor creative în ecosisteme creative sau a destructurat ecosisteme existente precum Fabrica de Pensule sau Centrul de Interes. Criza economică și sanitară a amplificat problemele structurale cu care se confruntau sectoarele creative și culturale din Zona Metropolitană Cluj și a vulnerabilizat și mai mult operatorii culturali, artiștii și antreprenorii creativi care se confruntau cu dificultăți serioase și înainte de pandemie. Interviurile cu reprezentanți ai SCC au relevat nevoia de regândi abordarea industriilor creative și sprijinul acestora precum și diferențierea acestora în funcție de valențele lor sociale și educative sau capacitatea lor de a contribui la dezvoltarea economică și nivelul de inovare al economiei locale. Artiștii, antreprenorii și operatorii culturali au subliniat nevoia de a defini mai bine sectoarele culturale și creative la nivel legislativ și de a imagina mecanisme de finanțare și politici diferențiate în funcție de specificul și nevoile fiecărui domeniu.

Cercetarea a reliefat și lipsa de consistență dintre discursul autorităților și reverențele făcute sectoarelor culturale și creative pe de o parte și măsurile de sprijin luate în timpul pandemiei pentru a ajuta aceste sectoare să depășească criza sanitară și economică, pe de altă parte. La nivel național și în cele mai multe cazuri și la nivel local, consultările dintre guvern și reprezentanții SCC și nenumăratele hotărâri de guven s-au oprit la nivelul planurilor și promisiunilor. În afara măsurilor pentru plata șomajului tehnic, nu a existat niciun alt grant sau mecanism de sprijin financiar pentru aceste sectoare. Fragilitatea și precaritatea acestora, accentuată de pandemie, cuplate cu lipsa unei scheme de sprijin la nivel național,

au destructurat companii, operatori culturali și ecosisteme creative. Rezultatele acestei cercetări, bazate atât pe date cantitative cât și calitative, indică nevoia de a regândi finanțarea și susținerea acestor domenii și de a evidenția rolul acestora în crearea unor economii locale reziliente și complexe, precum și rolul lor cultural și educativ, extrem de important în crearea unor comunități prospere și coezive.

Studiul de față propune câteva recomandări importante, care pot reaseza sectoarele culturale și creative pe baze mai sustenabile:

La nivel național:

- Este nevoie de **o definire mai clară, la nivel de legislație, a specificului sectoarelor creative și sectoarelor culturale**, ținând cont de faptul că cele două domenii diferă în privința output-ului generat, a publicului țintit și a piețelor în cadrul cărora funcționează; diferențierea acestora ar trebui să fie însoțită de crearea unor mecanisme de finanțare care să corespundă nevoilor specifice ale fiecărui domeniu.
- Crearea unor **mecanisme de sprijin** pentru contracararea efectelor negative ale unor eventuale viitoare crize economice și sanitare asupra SCC.
- Autoritățile naționale trebuie să investească în **îmbunătățirea infrastructurii culturale la nivel național** și să susțină achiziția de artă contemporană. În cele mai mari orașe din România există o nevoie acută pentru muzee de artă contemporană, spații de expunere și centre culturale moderne, adaptate standardelor de astăzi.
- Cultura nu ar trebui privită ca fiind un cost, ci ca reprezentând **o investiție în educație și dezvoltare economică**.

La nivel local:

- **Evaluarea activităților culturale la nivel de comunitate** ar trebui realizată într-un mod mai profesionist și transparent, utilizând criterii ce nu se limitează la estimarea profitului imediat/direct (pentru unele dintre acestea, profitul nu ar trebui să reprezinte un criteriu de evaluare); e nevoie, totodată, ca evaluarea să aibă un caracter incluziv, reflectat în componența comisiilor de evaluare.
 - Crearea, de către autoritățile publice locale, a unei **strategii de dezvoltare** care să implice consultarea sectoarelor culturale și creative, precum și a actorilor din sectorul privat; în acest mod, sunt sporite șansele construirii unui cadru urban în care cultura și creativitatea pot prospera.
 - **Încurajarea formării unor ecosisteme și hub-uri creative**. Acestea pot genera inovație atât în sectorul tehnologic, cât și în alte domenii precum design interior, dezvoltare urbană, producția de mobilier sau produse de design, arhitectură, modă, economie circulară. Există câteva exemple grăitoare, precum NodMaker Space (București), Ambasada (Timișoara), precum și multe alte exemple din Regatul Țărilor de Jos și Belgia, ca de pildă Werkspoorkathedraal din Utrecht, Pollux Studios din Haga, Allee du Kaai din Bruxelles sau Pier 15 din Breda.
-

- **Încurajarea industriilor creative pe plan local** este importantă și din perspectiva diversificării economice și a rezilienței mediului de afaceri local. Acest lucru poate contribui la retenția talenților și la valorificarea creativității locale. În plus, poate stimula creșterea gradului de inovație, dezvoltarea unor branduri locale cu vizibilitate globală, crearea unui țesut economic local valoros, atât din punct de vedere al activelor, cât și al poziției în lanțurile de valoare globale.
- Crearea unor **mecanisme de sprijin nu doar pentru evenimentele mari și foarte mari**, care sunt dedicate preponderent unui anumit tip de public. Finanțarea sectorului cultural trebuie să includă o paletă cât mai diversă de operatori culturali și producții culturale.
- **Programele de formare locale** dedicate dezvoltării competențelor antreprenoriale pentru cei ce activează în sectoarele creative trebuie să țină cont de prioritățile și nevoile acestora și de provocările economice de la nivel local, național și global.
- **Finanțarea sectoarelor creative și culturale** trebuie să țină cont de faptul că sectoarele culturale nu operează în aceeași logică și pe aceeași piață ca sectoarele creative.
- **Încurajarea antreprenoriatului în sectoarele culturale și creative** trebuie să țină cont de aceste diferențe. Operatorii culturali se adresează unui public diferit în comparație cu antreprenorii care produc bunuri sau servicii, iar contribuția lor poate fi văzută ca una socială și educativă.

SUMMARY

This study investigates the resilience of the cultural and creative sectors (CCS) from the Cluj-Napoca Metropolitan Area in the context of the economic and health crisis generated by the COVID-19 pandemic. The report analyzes the impact of the pandemic on the activity of companies and employees in the cultural and creative sectors, using a mixed methodology that combines the analysis of quantitative data concerning the evolution of turnover and the number of employees with the examination of public policies and support measures. The dynamics of creative sectors *outside* the public sector are the primary concern of this study, as the emphasis is placed on companies, organizations and entrepreneurs operating in the private and independent creative sector from the Cluj Metropolitan Area.

The first section of the report outlines the research objectives, whereas the second section discusses the methodological approach in relation to the objectives of the study. Data analysis and results are the focus of the third section. This section accommodates an outline of various interventions and measures meant to support the cultural and creative sectors during the pandemic. To this end, we map the main types of interventions - implemented globally and nationally - and discuss their effectiveness. In addition, we analyze the local debates and initiatives for supporting the cultural and creative sectors in the Cluj Metropolitan Area. Furthermore, we analyze the impact of the pandemic on turnover and employment in CCS, by examining the evolution of relevant economic indicators, using the pre-pandemic year as baseline. The changes prompted by the pandemic are explored in relation to the dynamics of several important cultural and creative sectors: design, music, printing, film production and distribution. This analysis uses data provided by the Trade Register Office. Lastly, the section includes a research segment where we seek to capture the perspective of professionals working in the CCS, using online survey data and semi-structured interviews. These components resume and explore in depth several issues highlighted in the previous parts of the report, such as the profile of those active in the cultural and creative sectors, together with their needs and challenges, as well as the effectiveness of local support and training programs. The last section of the report (Section 4) covers the conclusions of the study.

During the last few years, the cultural and creative sector in Cluj-Napoca secured a certain privileged position within the ongoing discussions about the development of the city. In numerous public declarations and promotion campaigns, local authorities and public opinion brought up the importance of creative and cultural industries for the development of both the city and its metropolitan area. According to this public discourse, the very existence of a cultural and creative sector contributed to an increased attractiveness of the city and, implicitly, it facilitated investment and the growth of human capital. One consequence of such dynamics is the rather natural increase in income and growth within the CCS. Previous data on CCS vitality gathered in the Cluj Future of Work project reveals the existence of a certain level of economic diversification and complexity of creative industries and a sustained growth of the sector for a whole decade (2008-2018). The 2019 analysis, published in the 2021 Culturepreneurs report, outlines an image of a relatively dynamic creative and cultural sector, accommodating diverse companies which succeed in growing and developing. This data shows a rather high cultural vitality, as well as a tendency for the CCS to further grow, bearing in mind their weight in the local economy. Based on the previously mentioned report, Cluj-Napoca and its metropolitan area benefit from a genuine market of cultural and creative products and from a certain cultural dynamism, which can significantly contribute to the overall wealth and development of the city. Such perspectives were supported during the last years by the dynamism created within the “Paintbrush Factory” – a decade old artistic space and cultural phenomenon, by the high visibility of local artists such as Adrian Ghenie, or that of music and film festivals. The effects of these phenomena were reported by the international press; global publications such as *The Economist* or *The Guardian* published articles about Cluj-Napoca, generally presenting it positively and amplifying its image as an emergent economic and cultural hub in Central and Eastern Europe. This image was also influenced by investment in the IT sector, the creation of local software companies, and the emergence of a technology start-up ecosystem. During the democratic transition, post-transition and post-industrialization, Cluj-Napoca's identity was increasingly constructed around creativity and creative industries. This identity aspect was also highlighted by the local authorities within talks about the smart city concept and intelligent development. The integrated urban development strategy of the city and its metropolitan area are built around this concept, often referred to by the authorities and transposed in local policies. From this perspective, Cluj-Napoca seems to have successfully capitalized on local resources and global opportunities. Indeed, the transition from an industrial to a post-industrial city was made possible by catalyzing local creative potential.

However, this research reveals a much more complex and nuanced image. The sanitary and economic crises created by the COVID-19 pandemic exposed the marked fragility of companies and entrepreneurs active in the cultural and creative sector. This study offers a comparative perspective of the evolution of the cultural and creative sector in Cluj, by juxtaposing both time and space dimensions. The reader will retrieve information about the evolution of the cultural sector before and after the pandemic, the main challenges it faces, and about the perception of those working in this sector on the pandemic-related difficulties. The results of our analysis, show that, between 2019 and the end of 2020, there was significant economic contraction in the Cluj CCS, both in terms of turnover and number of employees. Companies working in the field of digital products are among the few that managed to amass profit. Others faced significant loss. The pandemic clearly showed the fragility of the cultural and creative sector and the precariousness of many of the companies within this area. In addition to secondary data analysis, interviews with professionals and entrepreneurs confirmed that the city lacks the necessary infrastructure needed to support cultural dynamism and for catalyzing its creative potential. Respondents also referred to the need for easier access to financing that supports local cultural production and for private or independent cultural spaces. At the same time, interview participants emphasized that one needs to differentiate between the creative sector and its needs on the one hand, and the cultural independent sector on the other. Each of these sectors need tailored and strong financing mechanisms. Recent trends of economic growth led to significant increases in real estate prices, which, in turn, put heavy pressure on the independent cultural sector and the entrepreneurs from the creative industries. This process resulted in the destruction of a few of the organically grown ecosystems and forced some people working in the CCS to relocate to the suburbs. The lack of coherent public policies and the ad-hoc inadequate financing, together with insufficient cohesion within the cultural and creative community, led to rendering the SCC more vulnerable, did not help creative and cultural networks, and shattered some pre-existent successful

ecosystems such as the Paintbrush Factory. The economic and medical crisis amplified structural problems that were already affecting the CCS, and increased the vulnerability of cultural operators, artists or entrepreneurs. Interviews with members from the CCS community revealed the need to rethink the way creative industries are currently being approached, along with the support mechanisms necessary for their sustenance. CCS actors should be differentiated with regard to their social or educational focus, as well as on account of their capacity to contribute to the development of a local economy based on services and technology. Respondents brought up the need for more specific delineation of cultural and creative sectors within the legislation, and for better tailored financing mechanisms.

This study also suggests that there is significant inconsistency between the positive and supportive rhetoric of local authorities, vis-à-vis the importance of the CCS, and the comparatively weak and unsatisfactory measures aiming to support the sector during the pandemic. At national level, and, fairly often, at local level as well, consultations between authorities and representatives of the cultural and creative sectors only progressed to the level of promises. Beyond paying unemployment benefits, there was no other grant or financial mechanism that CCS could access. The fragility of the CCS companies and entrepreneurs preceding the pandemic, coupled with the absence of a support scheme led to some actors within CCS going out of business, while others considered professional reconversion. Both quantitative and qualitative data suggest that there is a dire need to rethink support of cultural and creative sectors, and to emphasize their role in both the creation of resilient local economies and in the fields of culture and education. CCS representatives from the Cluj Metropolitan Area strongly believe that there is a need to re-evaluate the role of this sector not only within the economic sphere, but also in connection to the identity and social fabric of the city. CCS need to be construed in more sustainable terms in the development strategy of Cluj.

This study puts forwards several recommendations meant to place the cultural and creative sectors on a more sustainable footing:

At national level:

- There is a need to **define in a clearer manner, at the level of legislation, the specificity of creative and cultural sectors**, given that the two areas differ in terms of generated output, target audience and markets in which they operate; their differentiation should be accompanied by the creation of funding mechanisms that address the particular needs of each area.
- **Creating support mechanisms** to counteract the negative effects of possible future economic and health crises on CCS.
- National authorities need to **invest in improving the cultural infrastructure at national level** and to support the acquisition of contemporary art. In the largest Romanian cities, there is an acute need for museums of contemporary art, exhibition spaces and modern cultural centers, adapted to today's standards.
- Culture should not be seen as a cost, but as an **investment in education and economic development**.

At local level:

- **The evaluation of cultural activities at community level** should be done in a more professional and transparent way, using criteria that are not limited to the estimation of immediate / direct profit (for some activities, profit should not be a criterion for evaluation). The assessment process needs to be inclusive and this should be reflected in the composition of the evaluation committees.
 - The creation, by the local public authorities, of a **development strategy involving the consultation of the cultural and creative sectors, as well as of actors from the private sector**; this way, the chances of building an urban setting in which culture and creativity can thrive are increased.
 - **Encourage the formation of creative ecosystems and hubs.** They can generate innovation both in the technology sector and in other fields such as interior design, urban development, production of furniture or design products, architecture, fashion, circular economy. There are some telling examples in this sense, such as NodMaker Space (Bucharest), the Embassy (Timisoara), as well as many other instances from the Netherlands and Belgium, such as Werkspookkathedraal in Utrecht, Pollux Studios in The Hague, Allee du Kaai in Brussels, or Pier 15 from Breda.
 - **Encouraging creative industries locally** is also important from the perspective of economic diversification and for the resilience of the local business environment. This can help retain talent and capitalize on local creativity. In addition, it can stimulate the growth of innovation, the development of local brands with global visibility, the creation of a valuable local economic fabric, both in terms of assets and position in global value chains.
 - Creating **support mechanisms not only for large and very large events**, which are predominantly dedicated to a certain type of audience. Funding for the cultural sector must include a diverse range of cultural operators and cultural productions.
 - **Local training programs** dedicated to the development of entrepreneurial skills for those working in the creative sectors must take into account their priorities and needs, as well as the economic challenges at local, national and global levels.
 - **Funding for the creative and cultural sectors** must take into account the fact that the cultural sectors do not operate in the same logic and on the same market as the creative sectors.
 - **Encouraging entrepreneurship in the cultural and creative sectors** must take these differences into account. Cultural operators address a different audience compared to entrepreneurs who produce goods or services, and their contribution can be considered social and educational.
-

SECȚIUNEA 1

INTRODUCERE

Studiul de față vine în completarea cercetării despre vitalitatea industriilor culturale din Zona Metropolitană Cluj realizată de echipa noastră în 2019 și publicată în 2021 la Presa Universitară Clujeană cu titlul *Culturepreneurs: Competitivitatea industriilor culturale și creative din Cluj-Napoca și zona metropolitană în context european* (coordonatori: Ovidiu Oltean, Daniela Angi, Alexandru Pavel, Bogdan Radu), cu o analiză despre reziliența sectorului cultural și creativ și eficacitatea măsurilor și programelor de sprijin pentru contracararea efectelor pandemiei COVID-19. Lucrarea, realizată în a doua jumătate a anului 2021 și pe parcursul primelor luni ale anului 2022, se bazează atât pe date cantitative, care măsoară evoluția unor indicatori economici din acest sector, cât și pe analiza politicilor publice, date de sondaj și interviuri cu profesioniști din domeniu.

Pandemia a reprezentat un adevărat test de rezistență pentru industriile creative. Puternic afectat de precaritate și înainte de declanșarea pandemiei COVID-19, sectorul cultural și creativ din România a resimțit din plin șocul produs de suspendarea evenimentelor culturale și închiderea spațiilor expoziționale. Cu toate acestea, există exemple de reziliență și adaptare, dar și numeroase întrebări despre rolul acestui sector în economia municipiului Cluj-Napoca și a Zonei Metropolitane.

1.1. Sectorul Cultural în primii ani ai pandemiei COVID-19

Măsurile de carantină și restricțiile impuse în majoritatea statelor de la începutul anului 2020, anul în care s-a declanșat la nivel global Pandemia COVID-19, au redus drastic mobilitatea persoanelor și a mărfurilor, au afectat locurile de muncă, au golit spațiile culturale, sălile de concert, spațiile și centrele de relaxare, hotelurile și restaurantele, generând un prejudiciu economic semnificativ asupra activității economice la nivel global. Prin prisma activității sale și a nevoilor cărora se adresează (multe dintre ele nefiind considerate nevoi esențiale), sectorul industriilor culturale și creative a fost unul dintre cele mai afectate de pandemie. Impactul cel mai puternic a fost resimțit de către orașele mari, acestea fiind cele ce concentrează cea mai mare parte a antreprenorilor, profesioniștilor și angajaților din sector, dar și cele care prezintă oferta culturală cea mai diversificată. Pentru o bună parte a domeniilor din sectorul industriilor culturale, funcționarea și sustenabilitatea lor depindea (și continuă să depindă) de experiența culturală trăită la fața locului, de posibilitatea de a avea public, spectatori „în direct” sau într-o sală de spectacole, ca principală sursă de venit. În acest context, este de la sine înțeles gradul ridicat de vulnerabilitate a sectorului industriilor culturale, în special în cazul centrelor urbane în care ponderea acestui sector în economia locală este una ridicată.

Una dintre soluțiile intens vehiculate și discutate în această perioadă a fost digitalizarea. Suspendat din spațiul fizic, actul cultural poate fi adaptat și livrat în mediul online. Cu toate acestea, muzeele și bibliotecile au fost incapabile să exploateze pe deplin avantajele digitalizării pentru a furniza servicii și produse online, astfel că acestea, alături de activitățile recreative, s-au numărat printre sectoarele care au avut cel mai mult de suferit pe fondul pandemiei (Agostino et al. 2020 și Machovec 2020, apud Khlystova et al. 2022). Similar cu situația altor sectoare, principalele provocări pe termen scurt și lung ale sectorului creativ în contextul pandemiei au fost concedierile, falimentul, anularea evenimentelor etc. (OECD 2020, apud Khlystova et al. 2022). Acolo unde prezența fizică și interacțiunea socială sunt esențiale pentru experiența culturală și desfășurarea propriu-zisă a activității, precum festivalurile de muzică sau artele spectacolului, impactul negativ al pandemiei a fost și mai mare.

Se estimează că în perioada de carantină instaurată în 2020 (numită uneori și „The Great Lockdown”), 90% dintre muzee au fost temporar închise, 65% din producția de filme și de televiziune a fost oprită, iar pe parcursul anului 2020, mai mult de 50% din târguri au fost amânate (Naylor et al. 2021). În acest context, de-a lungul lui 2020, scăderea veniturilor în sectorul industriilor culturale și creative a variat între 20 și 40%, semnificativ mai mult decât scăderea suferită de economiile statelor per ansamblu. Se estimează astfel că, la nivel global, valoarea adăugată a sectorului industriilor culturale și creative a scăzut în 2020 cu 750 de miliarde USD față de 2019, ceea ce echivalează cu aproximativ 1% din PIB-ul global din 2019 (Naylor et al. 2021).

O meta analiză bazată pe 59 de articole științifice relevă nivelul scăzut de reziliență și impactul negativ semnificativ al pandemiei COVID-19 asupra profesioniștilor/liber profesioniștilor și angajaților cu normă parțială din sectorul creativ, excepție făcând domenii precum publishing, social media și IT, sectoare care au prosperat din punct de vedere economic și în timpul pandemiei (Khlystova et al. 2022). Practic, domeniile care creează conținut digital (companiile media, canalele de radiodifuziune și cele de

software) au reușit să profite de acest context, reușind nu doar să supraviețuiască, ci și să înregistreze creșteri (Majdúchová 2021). Un raport al UNESCO bazat pe 54 de studii arată că domeniile unde producția culturală este condiționată de o locație fizică – teatru, muzică live, festivaluri, expoziții – au fost mult mai puternic afectate decât cele bazate pe conținut digital – TV, biblioteci online, muzică înregistrată, jocuri. De asemenea, profesioniștii/liber profesioniștii (independenții) din sectorul industriilor culturale și creative au înregistrat niveluri mai ridicate de pierdere a veniturilor și șomaj în comparație cu alte categorii de lucrători/angajați din acest sector (Naylor et al. 2021). Cu toate acestea, creativi prin definiție, cei care activează în acest sector (angajații, profesioniștii și firmele din industriile creative) s-au adaptat și au încercat să facă față dificultăților create de pandemie, experimentând noi forme de evenimente pentru a ajunge la “consumatorii” lor și a-și asigura astfel sustenabilitatea financiară. Statele membre UE, precum și guvernele regionale și administrațiile locale au inițiat o serie de programe de acordare de subvenții compensatorii, scutiri de taxe etc. care să vină în sprijinul actorilor (angajați și angajatori) din sectorul cultural și creativ și nu numai, oferindu-le totodată timpul necesar pentru a se adapta și a se pregăti pentru perioada post-COVID-19, astfel încât “[...] noile servicii culturale care răspund nevoilor actuale ale societății (educaționale, de sănătate, de mediu etc.) să poată contribui la restabilirea țesutului social și a bunăstării oamenilor” (Montalto et al. 2020, 2).

Cercetarea de față se alătură acestor studii, încercând să analizeze și să înțeleagă felul în care sectorul industriilor culturale și creative din Zona Metropolitană Cluj a fost afectat de pandemia COVID-19. Cluj-Napoca și Zona Metropolitană Cluj reprezintă una dintre regiunile cu cel mai ridicat nivel de vitalitate culturală din Europa Centrală și de Sud-Est. Conform unei analize recente realizate de echipa noastră, pe baza datelor Cultural and Creative Cities Monitor (ediția 2017)¹, Cluj-Napoca are un indice de vitalitate culturală mult mai ridicat decât alte orașe din regiune cu un nivel de dezvoltare sau PIB pe cap de locuitor mai mare sau similar (Oltean et al. 2021). Mai mult, orașul este considerat un pol cultural, economic și universitar important, atât la nivel național, cât și regional. Cultura și industriile creative fac parte din structura și identitatea orașului și sunt deseori folosite de autoritățile locale pe post de carte de vizită și element de diferențiere economică în comparație cu alte municipalități. În acest context, ne-am propus să înțelegem cum au resimțit industriile culturale și creative șocul produs de pandemie, cum a fost susținut sectorul cultural și creativ și care a fost eficacitatea măsurilor remediale, cum percep profesioniștii din domeniu climatul actual dominat în continuare de pandemie și care au fost soluțiile locale și naționale ce au contribuit la supraviețuirea acestor industrii în ultimii doi ani.

Lucrarea este împărțită în patru secțiuni. În secțiunea următoare, secțiunea a doua, discutăm metodologia folosită și principalele întrebări de cercetare în jurul cărora este structurată lucrarea. În cea de-a treia secțiune, dedicată analizei de date, prezentăm rezultatele cercetării. Acestea explorează efectul politicilor remediale asupra sectorului creativ, evoluția numărului de unități economice, a numărului de angajați, a cifrei de afaceri și profitului industriilor culturale și creative din zona metropolitană Cluj-Napoca, și surprinde perspectivele celor care activează în sectorul creativ asupra climatului din acest domeniu și tipului de măsuri de sprijin care se impun pentru susținerea acestui sector. În ultima secțiune sunt discutate concluziile studiului.

Cu toate că rezultatele discutate în prezentul raport pot fi folosite pentru a înțelege evoluția acestui sector în ultimii doi ani marcați de pandemie, ele nu reflectă starea industriilor creative la nivel național. Studiul este concentrat pe Zona Metropolitană Cluj-Napoca, iar datele culese reflectă climatul industriilor creative din această zonă. Studiul a fost realizat de către o echipă de cercetare din cadrul Facultății de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, UBB, la cererea Centrului Cultural Clujean, în cadrul proiectului Cluj Future of Work (FoW), finanțat de Comisia Europeană prin Urban Innovative Actions. Rezultatele și opiniile prezentate în acest studiu nu reprezintă poziția oficială a UBB, a CCC sau a Uniunii Europene cu privire la procesele studiate și analizate în acest raport.

1 The Cultural and Creative Cities Monitor (2017 edition), <https://www.ecsite.eu/sites/default/files/kj0217787enn.pdf>.

SECȚIUNEA 2

METODOLOGIE ȘI CONTEXT

Lucrarea se bazează atât pe date cantitative, care măsoară evoluția numărului de unități economice, angajați, cifră de afaceri și profit din sectorul cultural, cât și pe analiza de politici publice și interviuri cu profesioniști din domeniu. Pe lângă dimensiunea economică, studiul surprinde și climatul din acest sector și percepția profesioniștilor din sectorul cultural și creativ cu privire la impactul pandemiei și la capacitatea orașului Cluj-Napoca și a zonei metropolitane de a crea un mediu favorizant pentru dezvoltarea industriilor culturale și creative.

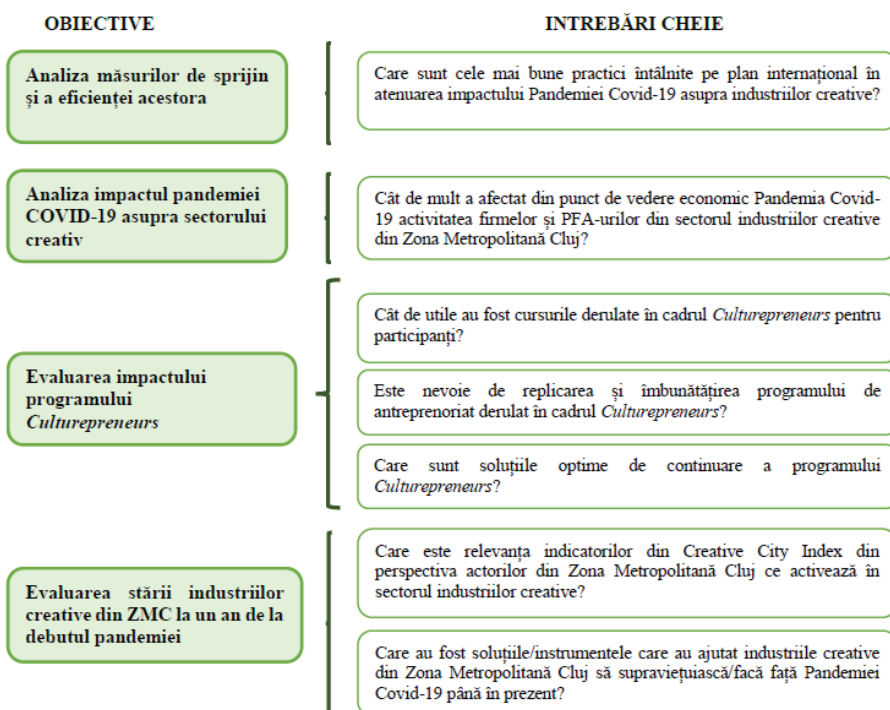
Studiul utilizează o metodologie complexă, acoperind patru direcții de documentare și analiză a sectorului cultural și creativ din Cluj-Napoca și ZMC. Componenta de revizuire a literaturii de specialitate și a analizelor deja existente susține cartografierea măsurilor de sprijin pentru SCC pe perioada pandemiei. Prin analiza datelor de la Oficiul Național al Registrului Comerțului este evaluat impactul pandemiei asupra unităților economice ce activează în domeniul industriilor creative. Datele culese printr-un sondaj online și informațiile colectate prin interviuri cu reprezentanți ai sectorului cultural și creativ din Cluj și ZMC permit explorarea percepțiilor profesioniștilor din domeniu în legătură cu climatul profesional din zonă, dar și cu provocările cu care s-au confruntat în perioada pandemiei și perspectivele SCC într-o perioadă marcată de incertitudine.

2.1 METODOLOGIE ȘI CONTEXT

Studiul este fundamentat de o metodologie de cercetare complexă, care combină analiza calitativă și cantitativă și este construit în jurul a patru obiective principale:

Obiectivele cercetării

- **O.1. Analiza măsurilor de sprijin: Tematizarea principalelor provocări la adresa sectorului cultural și industriilor creative și identificarea exemplelor de bune practici în atenuarea impactului pandemiei COVID-19 asupra industriilor creative.**
- **O.2. Analiza impactului pandemiei COVID-19 asupra sectorului cultural și creativ.**
- **O.3. Evaluarea impactului programului Culturepreneurs asupra sectorului cultural și creativ din Cluj-Napoca și Zona Metropolitană Cluj (ZMC).**
- **O.4. Evaluarea stării industriilor creative și a climatului din acest sector din Cluj-Napoca și ZMC în contextul pandemiei COVID-19.**



01. Analiza măsurilor de sprijin pentru sectorul cultural și creativ pe perioada pandemiei

Pentru analiza măsurilor de sprijin și a politicilor remediale adresate domeniului cultural și creativ, concepute ca răspuns la dificultățile generate de pandemia COVID-19, au fost consultate câteva dintre cele mai importante rapoarte și strategii publicate în ultimii doi ani la nivel global și național. Măsurile discutate în aceste surse au fost cartografiate și grupate în funcție de specificul intervenției și de contextul în care au fost aplicate. După redactarea primei variante a acestei lucrări, analiza politicilor de susținere a sectorului cultural a fost îmbunătățită în urma comentariilor primite de la colaboratorii noștri din cadrul Centrului Cultural Clujean. Feedbackul primit a facilitat clarificarea unor aspecte nevralgice importante, referitoare la intervențiile remediale pentru susținerea sectorului cultural și creativ în timpul pandemiei și la viziunea autorităților din România în această privință.

0.2. Analiza impactului pandemiei COVID-19 asupra sectorului cultural și creativ

Pentru analiza parcursului economic al industriilor creative și culturale din Cluj-Napoca și Zona Metropolitană Cluj în perioada 2019-2020, am folosit datele furnizate de Oficiul Național al Registrului Comerțului din România, urmărind evoluția cifrei de afaceri și a numărului de angajați ai companiilor și antreprenorilor care activează în domeniile film, design, muzică, editare/producție carte. Datele prezintă atât evoluția numărului de unități, a numărului de angajați, a cifrei de afaceri și a profitului net din sectorul creativ de la nivelul municipiului Cluj-Napoca și ZMC, cât și o perspectivă comparativă cu privire la evoluția acestor domenii în alte orașe din România, importante pentru scena culturală și creativă. Analiza impactului economic al pandemiei COVID-19 asupra sectorului cultural și creativ a fost completată și de date de sondaj, realizat în contextul O3.

0.3. Evaluarea impactului programului Culturepreneurs asupra sectorului cultural și creativ din Cluj-Napoca și Zona Metropolitană Cluj

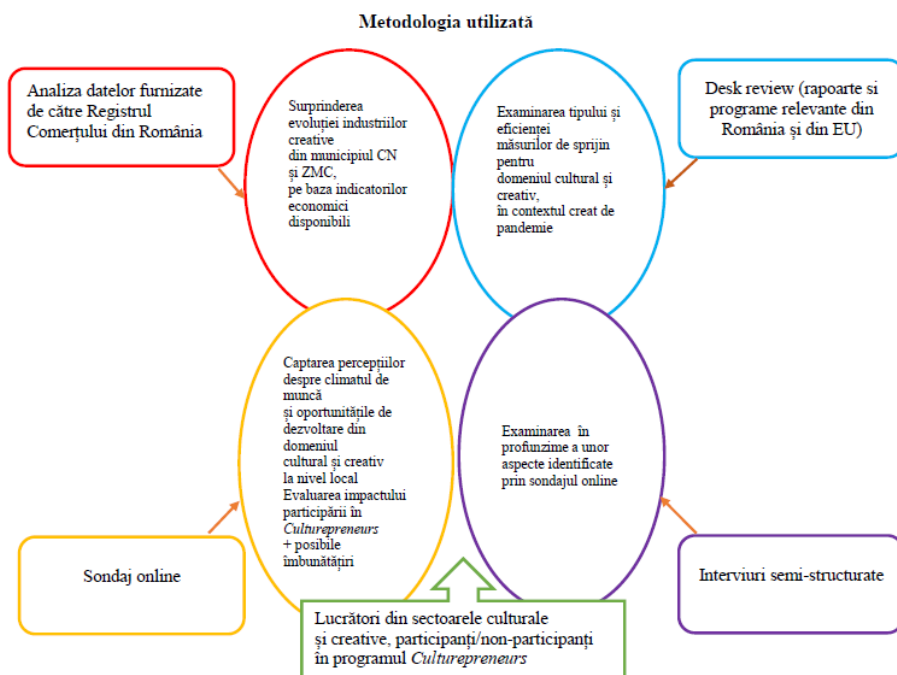
Cercetarea este completată de un sondaj online, care a urmărit analiza percepțiilor celor ce activează în domeniul cultural și creativ cu privire la climatul din acest sector, oportunitățile de dezvoltare, nevoile profesioniștilor din domeniu și necesitatea unor scheme de sprijin la nivel local; este inclusă în acest segment și evaluarea impactului participării în programul *Culturepreneurs*, din perspectiva progresului profesional al cursanților. Sondajul a fost realizat cu ajutorul unui chestionar online, distribuit prin intermediul Google Forms unui public țintit, format din antreprenori, angajați sau freelanceri din industriile culturale și creative din Cluj-Napoca și ZMC. Chestionarul a fost distribuit pe paginile de social media ale Centrului Cultural Clujean, în cadrul a două postări realizate la distanță de câteva săptămâni, pe paginile de social media ale Agenției de Dezvoltare Regională Nord-Vest (care a derulat un proiect dedicat sprijinirii sectorului cultural și creativ), în cadrul rețelelor profesionale și clusterelor creative care grăbesc în jurul Centrului Cultural Clujean, precum și în rândul absolvenților Universității de Arte și Design și al participanților din programul *Culturepreneurs*. Nu în ultimul rând, chestionarul a fost distribuit în cadrul rețelelor de cunoscuți ale autorilor acestui raport. Chestionarul a fost deschis timp de două luni, interval în care a fost completat de 63 de respondenți.

O.4. Evaluarea stării industriilor creative și a climatului din acest sector din Cluj-Napoca și ZMC în contextul pandemiei COVID-19.

Acest obiectiv este parțial acoperit de segmentul bazat pe sondajul în rândul profesioniștilor din domeniu, mai sus discutat. Pentru examinarea în profunzime a unor aspecte identificate prin sondajul online, studiul cuprinde și o componentă de cercetare calitativă, bazată pe interviuri semi-structurate cu profesioniști din industriile culturale și creative care activează în Cluj-Napoca sau în Zona Metropolitană. Dimensiunea calitativă a cercetării permite aprofundarea unora dintre tematicile cheie acoperite în chestionar și este instrumentală pentru examinarea climatului din industriile culturale și creative din zonă. În plus, acest segment al studiului facilitează o discuție critică despre capacitatea municipiului Cluj-Napoca și a Zonei Metropolitane de a oferi un mediu favorizant pentru dezvoltarea acestor sectoare.

Analiza celor patru obiective prezentate mai sus este structurată în secțiunea următoare, dedicată rezultatelor. Obiectivele urmărite sunt discutate în sub-capitole dedicate. Figura de mai jos sintetizează direcțiile de cercetare urmate în studiu și metodele utilizate.

Figura 2.1. Metodologia folosită în raport cu obiectivele stabilite



Sursa: autorii acestui raport

SECȚIUNEA 3

REZULTATE

Pandemia și restricțiile care au însoțit-o au generat numeroase crize economice, sociale și guvernamentale, care și-au lăsat amprenta inclusiv asupra sectorului cultural și creativ. Cu toate acestea, lunile care au urmat declanșării pandemiei la nivel global au produs și reacții fără precedent ale comunităților creative. Afectate de închiderea teatrelor, anularea spectacolelor, amânarea festivalurilor, sectoarele culturale și creative au generat împreună cu autoritățile locale și naționale planuri și soluții pentru depășirea pandemiei. S-au depus eforturi considerabile pentru aducerea culturii în comunități, pentru continuarea spectacolelor în format online, pentru a reinventa spațiile culturale rămase goale și pentru a sprijini sectorul cultural și creativ. În cele ce urmează vom vedea cât de puternic a fost impactul pandemiei asupra acestui domeniu și cât de eficiente au fost măsurile remediale luate în această perioadă.

Contextul creat de pandemie începând cu primăvara anului 2020 a generat circumstanțe economice extrem de dificile pentru sectorul cultural și creativ. Adaptarea la noua situație, marcată de numeroase restricții cu impact negativ asupra activității profesionale, a fost un proces anevoios și de durată. A devenit clară, în această perioadă mai mult decât oricând, nevoia ca autoritățile să conștientizeze rolul important al domeniului cultural și, în virtutea acestui fapt, să sprijine pe perioada pandemiei activitatea celor care profesează în aceste sectoare.

3.1 TEMATIZAREA PRINCIPALELOR PROVOCĂRI LA ADRESA SECTORULUI CULTURAL ȘI INDUSTRIILOR CREATIVE ȘI IDENTIFICAREA EXEMPLELOR DE BUNE PRACTICI ÎN ATENUAREA IMPACTULUI PANDEMIEI COVID-19 ASUPRA INDUSTRIILOR CREATIVE

3.1.1 STAREA SECTORULUI CULTURAL ȘI CREATIV ÎN TIMPUL PANDEMIEI

Cultura și creativitatea au devenit parte din identitatea orașelor de astăzi și reprezintă în discursul și strategiile multor municipalități atribute valoroase care aduc avantaje economice și prestigiu pe plan național și global. Sectorul cultural împreună cu “clasele creative” au devenit pentru anumite orașe aproape un simbol al succesului economic și al statutului de orașe globale (Florida et al. 2021). De regulă, discutăm despre orașe creative ca despre comunități competitive, educate și antrenate să performeze în economia globală, care oferă, totodată, un standard ridicat de viață, cu o preocupare activă pentru mediu și comunități. Orașul viitorului pare că nu poate a fi altfel decât creativ. Cu toate acestea, sectoarele culturale și creative se află printre domeniile cele mai afectate în timpul pandemiei COVID-19. Considerate drept unele dintre domeniile neesențiale în cadrul măsurilor pentru combaterea pandemiei, sectoarele creative și culturale au fost nevoite să își suspende sau închidă activitatea, uneori pe termen nedeterminat. Puternic afectate de precaritate și înainte de pandemie, sectoarele culturale și creative au resimțit din plin șocul produs de măsurile de prevenire a răspândirii virusului (IDEA Consult et al. 2021). Sectoare întregi și-au oprit complet activitatea, trimitându-și acasă angajații, fie ei artiști, creatori de conținut sau tehnicieni, dar și pe cei care lucrează pe bază de proiect sau pe perioadă determinată, fără o perspectivă clară de revenire la locul de muncă. Datele economice pentru 2020 indică, la nivelul EU, o contracție a sectorului cultural și creativ de aproape 11,4% ca procent din PIB pentru prima jumătate a anului, în comparație cu aceeași perioadă în 2019 (Ibid., 26). În privința orelor lucrate de angajații în acest sector, se constată o contracție de 16,3% pentru prima jumătate a anului 2020, raportat la aceeași perioadă în 2019, industriile culturale și creative fiind al doilea cel mai afectat sector economic european după retail (Ibid., 26-27). Multe orașe din Europa au trecut prin perioade extinse de lockdown, care au continuat și de-a lungul anului 2021. Dacă angajații din instituțiile culturale de stat și-au putut păstra în cele mai multe cazuri locurile de muncă și au continuat să își primească indemnizațiile salariale în mod regulat, angajații și antreprenorii din sectorul cultural și creativ independent s-au trezit într-un timp foarte scurt rămași fără venit. Datorită fragmentării acestor sectoare de-a lungul unor lanțuri de producție descentralizate, impactul asupra numărului mare de lucrători independenți sau angajați pe bază de proiect a fost extrem de puternic. Trebuie să precizăm că umbrela de sector creativ și cultural cuprinde o varietate mare de domenii – de la artele spectacolului, producție de film și cinematografie, până la producția de carte, publicistică, comunicare, publicitate, muzică sau jocuri video. Dacă anumite categorii, precum teatrul sau opera tind să fie mai puternic finanțate de instituții culturale de stat – cel puțin în Europa – domenii precum publicitatea, producția de carte sau jocurile video aparțin în mare sectorului privat și se bazează mult pe economia de piață, asigurându-și veniturile în mod independent.

Un studiu recent (2021) al Richard Florida, Andrés Rodríguez-Pose și Michael Storper analizează transformările prin care au trecut marile centre urbane în timpul pandemiei, arătând cum restricțiile impuse pentru prevenirea răspândirii virusului au destructurat dinamismul economic, cultural și creativ al acestor orașe, lovind uneori chiar în acele sectoare sau activități care le fac unice și atractive. Metropole precum New York sau Paris, precum și alte centre urbane cu o vitalitate foarte ridicată a sectoarelor culturale și creative au trecut prin măsuri de carantină și restricții foarte dure. Evenimentele culturale au fost amânate, sălile de spectacole închise, iar cea mai mare parte a populației a fost forțată să rămână acasă pentru o perioadă prelungită de timp. Fiindcă aceste centre urbane concentrează totodată și un număr mare de industrii creative, măsurile de prevenire a răspândirii virusului au afectat aceste industrii mai mult decât alte domenii ale economiei. Considerate de multe ori ca neesențiale, numeroase sectoare culturale și creative au fost nevoite să își suspende temporar activitatea. Numeroase categorii sociale și profesionale și-au pierdut locurile de muncă, iar orașele s-au depopulat, cel puțin temporar, prin migrația către zone rurale sau orașe mai mici, departe de marile centre urbane, devenite peste noapte accelera-toare ale răspândirii virusului.

La nivel european, impactul pandemiei asupra sectoarelor culturale și creative a fost major. Economia europeană, puternic axată pe servicii și industrii creative, a fost puternic afectată. Orașe întregi, medii și mari, au trecut prin momente extrem de dificile, cu porțiuni mari din economie și populația activă blocate de măsurile pentru prevenirea răspândirii virusului (Montalto et al. 2020).

Raportul realizat de IDEA Consult et al. pentru Parlamentul European (2021) cartografiază starea economiei europene, arătând că în 2017 existau la nivel european peste 1,1 milioane de instituții, organizații și companii care activau în domeniul cultural, reprezentând peste 5% din numărul total al unităților economice (IDEA Consult et al. 2021, 14). Împreună, acestea generau o valoare totală de aproape 145 miliarde de euro, echivalentul a 2,3% din totalul întregului sector economic (IDEA Consult et al., 14-15). Potrivit datelor Eurostat (2018) și cercetării realizate de Pasikowska-Schnass (2020), la nivelul Uniunii Europene, aceste instituții și organizații angajau 8,7 milioane de persoane (aproximativ 3,8% din totalul populației active cu un loc de muncă). Un alt studiu, publicat în 2021 de Gustafsson și Lazzaro (2021) prezintă valori ușor mai mari în privința angajaților în SCC în Uniunea Europeană. La nivelul anului 2017, numărul celor care lucrau în aceste sectoare era de 12 milioane de persoane, reprezentând 7,5% din totalul forței de muncă angajate la nivelul Uniunii Europene, de 2,5 ori mai mult decât în domeniul automotive, și de 5 ori mai mult decât angajații din industria chimică (Gustafsson și Lazzaro 2021). Sectorul cultural și creativ este creditat cu o contribuție de 4% din totalul PIB-ului Uniunii Europene, acest procent crescând considerabil în cazul anumitor state, centre urbane mari sau regiuni puternic axate pe aceste domenii (Ibid.). În ceea ce privește statutul angajaților din SCC, datele prezentate în raportul realizat de IDEA Consult et al. pentru Parlamentul European (2021, 14) arată cum majoritatea acestor profesioniști erau angajați preponderent în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii. Acest tip de societăți comerciale angajau la nivelul anului 2017 în cadrul UE-27 aproape 97,1% din totalul profesioniștilor care lucrau în domeniul fotografiei, 91,5% din totalul celor care lucrau în activități specializate de design, 85% din totalul celor care lucrau în printing, tipografie și reproducerea de producții înregistrate pe suport audio-video și digital, și 84,6 % din totalul celor care lucrau în televiziune și producție cinematografică și muzicală (IDEA Consult et al. 2021, 14-15). Acest sector era caracterizat și anterior pandemiei de o fragmentare și o precarizare accentuate (Pasikowska-Schnass 2020). Același raport arată că aproape o treime (32%) din totalul angajaților din sectorul cultural și creativ din UE-27 lucrau ca angajați pe cont propriu în 2019, în comparație cu 14% pentru forța de muncă din cadrul tuturor celorlalte domenii economice la un loc (IDEA Consult et al. 2021, 16). Acest peisaj economic dinamic și important pentru economia europeană, dar totodată puternic fragmentat, împiedică sectoarele creative să vorbească pe o singură voce (Ibid.) și a complicat extrem de mult eficacitatea intervențiilor remediale pentru susținerea industriilor creative.

Această fragmentare și lipsă de coeziune profesională a împiedicat sectoarele creative să se organizeze mai eficient și să fie mai bine reprezentate în dialogul și negocierile purtate cu autoritățile statului, pentru obținerea unor scheme de sprijin și pentru a-și apăra mai bine drepturile (Montalto et al. 2020). Precaritatea financiară și capitalizarea redusă a multor companii și organizații din acest sector, le fac vulnerabile la șocuri precum cel produs de pandemie. O sinteză realizată de Khlystova et al. (2022), bazată pe revizuirea a 59 de studii recente legate de efectele produse de pandemie asupra industriilor culturale și creative, evidențiază fragilitatea acestor sectoare pe parcursul perioadei dificile generate de criza sanitară. Conform acestei analize, greutățile cele mai mari au fost resimțite de către liber profesioniști și de către cei ce lucrează cu normă parțială, în timp ce impactul negativ a fost mai redus în cazul celor ce activează în domenii editoriale, IT și social media. În plus, pentru unele sub-sectoare, utilizarea tehnologiei digitale, care a devenit o necesitate în această perioadă, nu a produs efectele pozitive scontate, în această categorie încadrându-se, de exemplu, muzeele. Studiul amintit arată că, în pofida măsurilor de sprijin implementate în numeroase țări în vederea contracarării efectelor negative ale pandemiei, deseori sectoarele culturale și creative nu au reprezentat neapărat o prioritate în cadrul eforturilor de redresare economică.

Un argument similar este dezvoltat de Kunzmann (2020), care evidențiază felul în care pandemia a accelerat digitalizarea multor procese administrative și operațiuni economice de-a lungul lunilor care au urmat răspândirii virusului la nivel global, procese care au schimbat, cel puțin temporar, felul în care muncim, ne petrecem timpul liber sau ne facem cumpărăturile. Pandemia a forțat orașele să se adapteze, iar spirala digitalizării pare să fi accelerat transformări ireversibile în foarte multe domenii. Aceste transformări au potențialul de a rezolva multe dintre problemele orașelor de astăzi și de a produce, pe termen lung, bunăstare. Cu toate acestea, în ciuda oportunităților create de digitalizare și tranziția către o administrație urbană inteligentă, problemele financiare ale multor municipalități și lipsa de fonduri au dus la o regândire a priorităților locale. Kunzmann consideră că în acest nou context vor prospera start-up-urile și companiile care vor putea furniza soluții inteligente pentru combaterea pandemiei sau pentru îmbunătățirea serviciilor de sănătate sau de transport public, în dauna altor industrii creative, care vor avea de suferit. Vor fi afectate cu precădere industriile creative non-digitale. În acest context, sectoarele culturale și creative non-digitale, independente, care depindeau de anumite subvenții sau finanțări, au fost și vor fi puternic afectate de orientarea publicului către proiecte culturale online sau către forme de entertainment digitale. Mai mult, odată cu schimbarea priorităților de dezvoltare, discursul despre creativitate și industrii creative pare să fi fost confiscat, în contextul pandemiei, de planurile și politicile pentru construcția de orașe inteligente (Kunzmann 2020). În pofida discursurilor ce accentuează importanța industriilor și a claselor creative, alături de capacitatea acestora de a modela dezvoltarea orașelor și de a construi comunități prospere și reziliente, unele politici locale de dezvoltare par să favorizeze cu precădere segmentul digital al industriilor creative, în dauna altor abordări mai inclusive care ar putea genera scenarii de viitor alternative pentru orașele de astăzi (Florida et al. 2021; Kunzmann 2020).

Dincolo de reverențele făcute industriilor creative și culturale și a strategiilor de dezvoltare urbană care menționează aceste domenii ca segmente de dezvoltare prioritară și totodată ca surse de dezvoltare și creștere economică, pandemia a scos la iveală fragilitatea acestor ecosisteme și precaritatea cu care se confruntă în mod sistemic o parte din sectoarele culturale și creative. În această secțiune, ne-am propus să identificăm și să analizăm măsurile de sprijin și politicile pentru susținerea și protejarea sectorului cultural și creativ (SCC) implementate în lunile care au urmat debutului pandemiei. Șocul resimțit de SCC prin reducerea abruptă a activității a necesitat intervenții rapide la nivel local și național. Unele municipalități au reacționat prompt, prin mobilizarea rapidă de resurse semnificative alocate SCC, în timp ce alte comunități urbane au pregătit intervențiile remediale mai întâi prin generarea unor procese de consultare și dialog, încercând să înțeleagă nevoile profesioniștilor din SCC și să cartografieze felul în care acestea au fost afectate de pandemie, înainte de alocarea schemelor de sprijin financiar. Pentru a înțelege efectele pandemiei asupra SCC și răspunsul oferit de state și municipalități, am consultat câteva din rapoartele care au monitorizat aceste politici, încercând să surprindem rațiunea din spatele măsurilor remediale, factorii și prioritățile care au modelat aceste politici, precum și eficacitatea lor în susținerea sectorului cultural și creativ. Am urmărit, de asemenea, răspunsurile autorităților locale și naționale din România și re poziționarea scenei creative și culturale. În ciuda dificultăților generate de pandemie și a

intervențiilor deseori întârziate, există și exemple de reziliență și adaptare, elemente ce semnalează o anumită vitalitate a sectorului cultural și semnele unui oarecare reviriment economic, după destrucțiunea quasi-completă a unor domenii culturale la începutul pandemiei.

3.1.2 POLITICI ȘI ACȚIUNI REMEDIALE PENTRU SUSȚINEREA SECTORULUI CULTURAL ȘI CREATIV

Un studiu coordonat de OECD (Travkina et al. 2020) arată că centrele culturale urbane au resimțit și reacționat diferit la crizele și șocurile generate de pandemie, iar măsurile luate pentru contracararea impactului COVID-19 depind, între altele, de caracteristici relevante ale orașelor, ca de pildă resursele de care dispun și contextul social și politic ce stimulează sau inhibă plasarea sectorului cultural și creativ între priorități. Mai mult decât atât, unele măsuri de sprijin inițiate în această perioadă au un caracter generic, fiind doar parțial aplicabile pentru SCC. Potrivit aceleiași surse, efectele pandemiei asupra SCC, precum și repertoriul de măsuri reparative și eficiența acestora trebuie înțelese și prin prisma legăturii cu specificitatea muncii din aceste domenii de activitate. Aspecte importante în acest sens sunt statutul contractual al multor profesioniști din SCC, care nu garantează o plasă de siguranță în condiții de criză și precaritatea ce rezultă din aceste aranjamente de muncă. Statutul de angajați pe cont propriu îi exclude uneori pe cei ce activează în SCC din rândul beneficiarilor de asistență financiară din partea statului, având în vedere că de multe ori sprijinul financiar public este direcționat către instituții, ceea ce transformă statutul extra-instituțional într-o vulnerabilitate. Intervențiile corective pot fi la scale diferite, unele fiind la nivel național, altele fiind implementate la nivel regional sau local. În plus, inițiatorii pot fi actori diferiți: autorități publice (care instrumentează fonduri publice), sectorul economic privat sau sectorul non-profit. Conform raportului amintit (Travkina et al. 2020), măsurile remediale inițiate în diferite țări pot fi grupate în patru categorii de intervenții: (1) măsuri bazate pe fonduri publice, (2) sprijin pentru angajați, (3) amânarea plăților și relaxarea procedurilor administrative, și respectiv (4) politici structurale. Fiecare dintre aceste categorii însumează tipuri specifice de intervenții, implementate la nivel național, regional sau municipal. Intervențiile bazate pe fonduri publice includ: granturi și subvenții pentru sectoarele culturale, respectiv pentru artiști individuali, compensarea pierderilor, acordarea/garantarea de împrumuturi și stimulente pentru investiții. Măsurile de sprijin pentru angajați acoperă susținerea veniturilor și a menținerii locurilor de muncă și ajutoare de șomaj. A treia categorie de măsuri include de exemplu amânări/scutiri de plată și o flexibilitate procedurală sporită. Politicile structurale enumerate în acest studiu se referă la formarea profesională și inserția pe piața muncii a lucrătorilor din domeniul creativ, digitalizare, inovare, reglementarea drepturilor de autor și utilizarea cunoașterii acumulate pentru fundamentarea de politici (knowledge mobilisation).²

Analiza elaborată de UNESCO (2020) grupează măsurile remediale implementate în perioada pandemiei în trei categorii. O primă categorie se referă la sprijinul direct acordat artiștilor și profesioniștilor din mediul cultural, iar exemple de asemenea măsuri includ beneficii sociale, plăți compensatorii, comenzi și achiziții de lucrări și accent asupra dezvoltării profesionale a celor din domeniile creative. De exemplu, în Germania a fost utilizată achiziționarea publică de lucrări artistice, ca măsură de ajutor pentru galerii, artiști, operatori de galerii de artă aflați în dificultate din cauza pandemiei. În Bulgaria, a fost implementat un program de 3 luni în care aplicanții pentru plăți compensatorii destinate celor ce lucrează în domeniile culturale și creative au primit echivalentul unui salariu minim, beneficiarii eligibili fiind free lanceri cu venit lunar sub 595 USD. O a doua categorie de intervenții este reprezentată de sprijinul pentru sectoarele culturale și creative, care înglobează diverse scheme de ajutor financiar ca de pildă subvenții, plăți compensatorii, forme de împrumut și scutiri de taxe și contribuții sociale. În plus, măsurile îndreptate către susținerea acestor sectoare de activitate au vizat aspecte legate de îmbunătățirea infrastructurii relevante și stimularea cererii de consum cultural. Franța este menționată ca exemplu de bună practică în sensul flexibilizării temporare a regulilor convenționale în privința difuzării de conținut cultural: deși cinematografele au fost închise, a fost acceptat, în mod excepțional, ca filmele ce urmau

2 Vezi Travkina et al. 2020, paginile 51-54, pentru detalii legate de măsuri specifice coordonate la diverse nivele de implementare.

să ruleze în săli să fie difuzate prin streaming online, la cerere, fără a se mai aștepta difuzarea lor tradițională, așa cum se face de obicei. Cât privește stimularea cererii de produse culturale, măsurile includ campanii de promovare și acordarea de ajutor organizațiilor și instituțiilor culturale pentru adaptarea activităților la noul context, inclusiv în sensul revenirii la activități în spații fizice, dar calibrate cerințelor de siguranță a publicului. Statul poate avea un rol important în relație cu investițiile în infrastructură, deoarece investițiile private în mentenanța infrastructurii culturale sunt mai degrabă o excepție. Nu în ultimul rând, gestionarea efectelor pandemiei a presupus deschiderea comunicării către un spectru larg de actori relevanți. Astfel, au devenit importante procesele consultative cu implicarea unui număr mare de entități, pentru găsirea de soluții prin care sectorul cultural și creativ să poată fi sprijinit. În plus, accentul a fost plasat asupra identificării nevoilor de la nivelul acestui domeniu, pentru fundamentarea deciziilor legate de măsurile remediale (UNESCO 2020).

Sinteza politicilor remediale realizată de Anheier, Merkel și Winkle (2021) analizează răspunsurile a cinci capitale culturale globale, Berlin, Londra, Paris, Toronto și New York, la provocările și șocurile resimțite de sectorul cultural în timpul pandemiei. Cele cinci centre urbane au fost alese datorită sistemelor diferite de guvernare și finanțare a sectorului cultural și creativ. Reziliența acestor centre urbane și tipul de politici remediale implementate de acestea sunt analizate în funcție de patru elemente: 1) capacitatea analitică (colectarea și interpretarea de date, capacitatea de a le analiza și de reacționa); 2) capacitatea regulatorie (reglementarea anumitor sectoare, implementarea de legi și politici publice pe plan local); 3) capacitatea de a livra și implementa politici (alocarea inteligentă și promptă a resurselor); 4) capacitatea de coordonare (crearea de consens, dialog și abordări comune în rândul actorilor relevanți din industriile creative). Paragrafele următoare trec în revistă cele mai importante rezultate relevate de Anheier et al. (2021), în legătură cu strategiile remediale utilizate de cele cinci metropole.

Potrivit sursei amintite, intervențiile pentru sprijinirea și susținerea sectorului creativ diferă semnificativ de la un sistem de guvernare la altul. Berlinul s-a remarcat printr-o reacție rapidă și prin alocarea unui fond consistent pentru sprijinul instituțiilor culturale publice și independente și al antreprenorilor creativi. Pe lângă bugetul anual de 600 de milioane de Euro alocat pentru cultură, orașul Berlin a beneficiat și de fonduri de urgență federale alocate culturii și industriilor creative, sume alocate și distribuite cu mare eficiență. Pe lângă aceste alocări bugetare impresionante, se remarcă și implementarea unor proiecte locale precum *Berlin (a)live* prin care spectacole de teatru sau concerte au fost transmise online, iar proiectele culturale pregătite pentru 2020 au fost digitalizate. La nivel național, statul german a creat un fond de un miliard de Euro numit "Restart Culture" pentru sprijinirea sectorului cultural. Berlinul a creat un sistem de burse pentru distribuirea acestor fonduri la nivel local, accesibil lucrătorilor culturali și antreprenorilor din industriile creative. Cu toate acestea, nu toate categoriile de antreprenori creativi au putut beneficia de aceste fonduri. Datorită specificului acestor domenii și a varietății foarte mari de funcții și profesii, precum și a formelor de angajare, anumite categorii de profesioniști și persoane creative nu s-au calificat pentru accesarea fondurilor.

Londra s-a remarcat prin capacitatea analitică și regulatorie. Deși resursele alocate de municipalitatea londoneză au fost mai reduse decât cele alocate de Berlin, autoritățile britanice au dat dovadă de o capacitate ridicată de cartografiere a sectorului creativ, de identificare a nevoilor diferitelor tipuri de actori și de alocare mult mai eficientă a resurselor, printr-o abordare ecologică și incluzivă. Cu toate acestea, fondurile au ajuns la beneficiari mai lent decât era necesar, foarte mulți artiști fiind nevoiți să se orienteze spre alte activități, în timp ce multe activități și instituții culturale au ajuns în situația de a-și suspenda sau înceta complet activitatea.

New York-ul a demonstrat o capacitate analitică dezvoltată, reușind să surprindă nevoile industriilor creative și culturale și să coaguleze eforturi impresionante pentru crearea unui fond de urgență de aproximativ 100 milioane de dolari dedicat culturii. Cu toate acestea, fondul a provenit în mare parte de la actori privați și din inițiative filantropice, indicând capacitatea redusă a municipalității de a livra și implementa politici și de a aloca fonduri în zona culturală și creativă. O explicație parțială este aceea că, istoric vorbind, multe din activitățile culturale din Statele Unite ale Americii sunt, în mare parte, finanțate din surse private. Vitalitatea economică și creativă a orașului a generat însă soluții de sprijin locale,

coordonate de sectorul public, dar susținute puternic de actori și organizații private și non-guvernamentale.

În ceea ce privește municipalitatea pariziană, eforturile de susținere a sectorului cultural și creativ au fost puternic susținute de fondurile alocate de la nivel central. Statul francez a dezvoltat foarte repede un plan ambițios pentru salvarea culturii, de care instituțiile pariziene au beneficiat din plin. Pe lângă aceste fonduri, statul a continuat să asigure contribuțiile sociale pentru lucrătorii culturali, oferind un exemplu de capacitate de intervenție și de analiză similară cu cea întâlnită în Berlin. Cu toate acestea, situația sectorului cultural și creativ nu era deloc una confortabilă nici înainte de izbucnirea pandemiei. Multe instituții culturale s-au confruntat cu bugete reduse și cu închiderea sălilor de spectacol, datorită protestelor prelungite și repetate ale Vestelor Galbene. Pandemia a generat un plus de nesiguranță unui sector ce înregistrase deja regrese notabile încă dinainte de 2020.

În Toronto, autoritățile locale au dat dovadă de o capacitate analitică și de coordonare foarte ridicată, dar și aici, la fel ca în New York, resursele distribuite sectorului cultural au fost insuficiente, pentru un sector deja afectat de precaritate. Municipalitatea a oferit scutiri de taxe sectorului creativ și lucrătorilor culturali, a realizat un diagnostic rapid al nevoilor, a coordonat eforturi și campanii, însă capacitatea redusă a de a mobiliza fonduri a afectat supraviețuirea multor activități creative.

În ceea ce privește mecanismele prin care au fost implementate aceste politici, se remarcă abilitatea de coordonare și reprezentarea industriilor creative și culturale în diverse structuri de guvernare instituțională a sectorului cultural în orașe precum New York, Toronto și Londra. Existența unor consilii de reprezentare a sectoarelor culturale și a unor *steering committees* au facilitat un dialog eficient și aplicat între industriile creative și autoritățile locale. Astfel, aceste municipalități au putut identifica și negocia nevoile industriilor culturale și creative, construind în mod colaborativ diverse forme de sprijin. Mobilizarea fondurilor a fost realizată prin mecanisme precum fonduri publice sau subscripții la un fond comun pentru cultură, generat din surse private. Cu toate acestea, în toate cele cinci cazuri se regăsesc forme de sprijin combinate, atât publice cât și private. Berlin și Statul Federal German alocă fonduri publice generoase sectorului cultural și creativ, generând un ecosistem bine finanțat, pe când contextele din New York, Londra și Toronto sunt un exemplu grăitor pentru felul în care vitalitatea și reziliența sectorului creativ pot depăși situații de criză prin eforturi comune și coordonate.

Analiza propusă de Betzler et al. (2021) oferă o examinare comparativă a măsurilor de contracarare a impactului pandemiei asupra sectorului artistic și cultural în cinci țări europene: Cehia, Portugalia, Slovenia, Olanda și Elveția. Autorii subliniază importanța indicatorilor de context care furnizează informații valoroase despre măsura în care țările prioritizează, în situații de criză, sectoarele culturale (în acest sens, sunt relevante alocările bugetare destinate acestor domenii), precum și despre caracteristicile economice ale acestor sectoare în ansamblul economic general. Măsurile de intervenție analizate de Betzler et al. (2021) se referă la fazele timpurii ale pandemiei, din primăvara anului 2020. Astfel, în această perioadă au fost inițiate măsuri constând cu precădere în subvenții (Cehia, Olanda, Portugalia, Elveția) și scheme de credite și împrumuturi (Olanda și Elveția). În contextul Cehiei, măsurile au fost ancorate în nevoia de a sprijini acele activități puternic vulnerabile ca urmare a profitabilității reduse, în Olanda, instituțiile cheie au fost vizate pentru suport, iar în Portugalia a fost plasat un accent deosebit asupra sprijinirii sectorului editorial. Conform acestui studiu, cel puțin în perioada timpurie a pandemiei, Slovenia nu a implementat măsuri specifice pentru sectorul artistic și cultural, inițiativele existente fiind legate de reziliența socială și economică în general.

Raportul realizat de United Cities and Local Governments a fost publicat la câteva luni de la izbucnirea pandemiei și cartografiază nu doar măsurile pentru sprijinirea sectorului creativ, dar și felul în care cultura și industriile creative au contribuit la depășirea perioadelor lungi de izolare din perioada de la începutul pandemiei numită deja "The Great Lockdown" (UCLG Culture Committee 2020). Raportul identifică politicile și intervențiile implementate de diferite municipalități și guverne locale pentru sprijinirea sectorului cultural și a industriilor creative, precum și pentru protejarea drepturilor angajaților și antreprenorilor din aceste domenii. Următoarele paragrafe sumarizează intervențiile cartografiate în

analiza UCLG Culture Committee (2020), care operează cu patru categorii de măsuri.

(1) *Proiecte și măsuri pentru a facilita accesul la cultură în timpul pandemiei, prin digitalizarea colecțiilor muzeale, mutarea spectacolelor de teatru și a concertelor în mediul online, facilitarea accesului la cultură prin intermediul platformelor digitale*: O parte din intervențiile realizate în timpul pandemiei pentru sprijinul sectorului cultural și creativ au vizat nu doar alocarea de scheme de sprijin și crearea de programe de finanțare, ci și demersuri pentru reimaginarea scenei și pieței culturale în noua realitate pandemică. Cultura a devenit nu doar un domeniu care trebuia salvat și sprijinit, ci și un mecanism care putea ajuta comunitățile să rămână împreună și să se adapteze noului context pandemic. În Bogota (Columbia) a fost lansat programul “Bogotá Creadora en Casa”, care a pus la dispoziția cetățenilor o platformă online cu spectacole din scena muzicală a orașului, literatură și carte, patrimoniu muzeal și artă, oferind șansa locuitorilor capitalei de a rămâne conectați la scena culturală a orașului. Barcelona a implementat inițiativa locală *BarcelonaTacompanya*, iar Roma proiectul *#laculturaincasa*, cu acces online la o varietate de spectacole digitale, oferind posibilitatea de a vizita muzeele capitalei online sau de a participa de acasă la spectacole live de operă și teatru. Scena culturală și creativă a fost reimaginată prin diferite proiecte similare în multe alte capitale culturale ale lumii precum La Paz (Bolivia), Malmö (Suedia), Izmir (Turcia), Dublin (Irlanda), dar și în localități mai mici precum Terrassa (Catalunia) sau Swansea în Marea Britanie. Alte orașe au adus industriile creative în centrul politicilor urbane. Vilnius (Lituania) a redefinit în această perioadă serviciile publice, care au devenit puternic digitalizate, încurajând politici urbane participative și profitând de context pentru a regândi felul în care muncesc și trăiesc locuitorii capitalei lituaniene (de exemplu, a fost oferită cetățenilor orașului posibilitatea de urma cursuri noi de re-calificare). Alte orașe din această rețea au inițiat discuții și proiecte pentru a îmbunătăți accesul populației la tehnologii digitale și pentru a regândi felul în care drepturile și siguranța cetățenilor sunt protejate în acest context puternic modelat de economia digitală.

(2) *Crearea unor măsuri pentru asigurarea sustenabilității sectorului cultural și creativ*: Alte tipuri de politici și intervenții au vizat scheme de sprijin și finanțare pentru industriile culturale și creative. Pentru a contracara efectele restricțiilor, municipalitățile au alocat fonduri generoase. Lisabona a creat un fond special de urgență de 250,000 de Euro oferit instituțiilor și persoanelor din industriile creative sub formă de indemnizații directe, împreună cu un fond de un milion de Euro destinat tuturor entităților din sectorul cultural și creativ, publice sau private, care nu se califică pentru ajutoarele oferite de guvern. Pe 18 martie 2020, Barcelona a anunțat 10 tipuri de măsuri pentru a sprijini sectorul cultural. Printre acestea se numără subvenții de aproape 1 milion de Euro oferite sectorului cultural independent și celor care activează ca freelanceri; scheme de sprijin financiar și ajutoare financiare acordate instituțiilor culturale municipale, un fond de un milion de Euro acordat bibliotecilor orașului, regândirea calendarului de evenimente culturale ale orașului și reprogramarea acestora, precum și reconfigurarea schemelor de finanțare a culturii pentru anul următor, pentru a include cât mai multe din producțiile și spectacolele amânate. Pe 15 Mai 2020 a fost anunțat un al doilea pachet de investiții și sprijin, în valoare de 1.670.000 de Euro, pentru reamenajarea spațiilor culturale, cu scopul de a permite distanțarea necesară, pentru a transmite spectacole și piese de teatru online și a asigura accesul în sălile de spectacol în condiții de siguranță. În Roma, s-au luat măsuri pentru a oferi asigurări cu privire la continuitatea finanțării sectorului cultural la același nivel pentru următorii trei ani, fără reducerea sumelor alocate culturii, însoțite de reducerea sau eliminarea anumitor taxe pentru angajații și antreprenorii din sectorul cultural și creativ, legate de plata chiriilor și impozitelor pe proprietate; în plus, au fost alocate resurse pentru crearea unui sistem de indemnizații directe pentru lucrătorii culturali din unitățile administrative din zona metropolitană a capitalei și includerea în scheme de sprijin a sectorului independent, puternic afectat de precaritate și înainte de izbucnirea pandemiei. În Malmö, beneficiarii de granturi și fonduri oferite de municipalitate au fost scutiți de returnarea acestora în cazul anulării spectacolelor, iar administrația locală s-a implicat în medierea dialogului dintre sectorul cultural și creativ și proprietarii de clădiri în renegocierea contractelor de închiriere și re-șalonarea plăților pentru spațiile culturale independente și atelierile de creație. În São Paulo (Brazilia), a fost creată o schemă de ajutor pentru sectorul cultural – PROMAC, în valoare de aproximativ 30 milioane de reali brazilieni în scutiri de taxe, cu ajutorul căreia instituțiile și antreprenorii din sectorul cultural și creativ puteau să beneficieze de reduceri de taxe și impozite. În La Paz, capitala Boliviei, au fost create fonduri speciale pentru alocarea indemnizației angajaților din sectorul cultural, au

fost lansate granturi și apeluri de proiecte destinate industriilor creative și sectorului cultural și au fost re-eșalonate plățile pentru plata spațiilor și atelierelor închiriate ca spații culturale. În Paris a fost oferit un venit minim garantat pentru artiștii și tehnicienii ale căror spectacole au fost amânate și a fost creat un fond special de 15 milioane de Euro destinat industriilor culturale și creative, alocații sub formă de plăți directe în funcție de nevoile fiecărui sector. Londra a creat un birou special în subordinea primarului, “the Mayor’s Culture at Risk office”, al cărui rol este să se asigure că toți cei care au nevoie sunt sprijiniți. Au fost lansate pachete de stimulente financiare pentru sectorul cultural independent, sălile de spectacole și cultură LGBTQ, sălile de cinema independente, trupele de muzică și sălile locale de concerte, laolaltă cu campanii puternice de consultare, coordonare și un kit de resurse și măsuri care să asigure supraviețuirea industriilor culturale și creative în timpul pandemiei.

În multe alte orașe au fost implementate măsuri similare. Acestea combină alocarea de indemnizații lunare directe angajaților și antreprenorilor din sectoarele creative, cu scutirea de taxe, amânarea sau re-eșalonarea plăților pentru spațiile culturale, lansarea de granturi pentru cultură, lansarea de platforme online, unde teatrele și instituțiile muzicale pot transmite concerte live, implementarea de granturi mici accesibile sectorului cultural independent sau oferirea de vouchere populației generale pentru achiziția de cărți sau bilete de teatru, operă sau cinema. Pe lângă aceste stimulente financiare, au mai fost implementate programe de perfecționare profesională și training și a fost oferită asistență în construirea unui dialog public între diferitele ramuri și actori ai industriilor creative.

(3) *Recunoașterea, protejarea și susținerea dreptului la cultură și a celorlalte drepturi și libertăți fundamentale:* Pe lângă măsurile remediale și corective concrete menite să asigure supraviețuirea și susținabilitatea SCC, numeroase comunități, unele orașe și organizații internaționale au subliniat rolul fundamental al culturii și dreptul la cultură al comunităților umane, atât prin declarații și gesturi simbolice, cât și prin programe sau acțiuni specifice. Pandemia și măsurile restrictive care au urmat au ridicat numeroase îngrijorări cu privire la încălcarea drepturilor omului și a drepturilor și libertăților cetățenești fundamentale. Voci din presă, din sectorul non-guvernamental precum și publicații prestigioase precum *The Economist* sau raportul despre starea democrației publicat de Institutul Internațional pentru Democrație și Asistență Electorală (IDEA) în 2021, au semnalat în repetate rânduri derapajele autoritare ale multor state, derapaje accelerate de contextul pandemiei. Prin urmare, organisme precum Înalțul Comisar pentru Drepturile Omului și Înalțul Comisariat pentru Refugiați al Națiunilor Unite au publicat și semnat o serie de manuale de bune practici, recomandări și discursuri prin care au semnalat aceste derapaje și au subliniat importanța protejării drepturilor fundamentale ale omului în contextul pandemiei. Aceste declarații au evidențiat importanța respectării dreptului la securitate economică, dreptului la muncă, sănătate, dar și dreptul la cultură și la o viață socială și comunitară bogată, drepturi ce trebuie imperios respectate de către guvernele statelor lumii (United Cities and Local Governments (UCLG) Culture Committee 2020, 33-34). În aceste discursuri și inițiative se remarcă pozițiile care subliniază protejarea dreptului la cultură și a drepturilor culturale. În acest cadru, municipalitatea din Roma a coordonat în parteneriat cu UCLG redactarea unei carte a drepturilor culturale – “Rome Charter on Cultural Rights” – creionând un cadru și un sistem de referință pentru recunoașterea și protejarea drepturilor culturale. Primarul adjunct al Romei, Luca Bergamo, însărcinat cu afaceri culturale, subliniază prin acest document angajamentul capitalei Italiei de a susține sectorul cultural și drepturile culturale, dar și de a plasa cultura în centrul politicilor de redresare economică pentru depășirea crizei economice și sociale din timpul pandemiei. Alte orașe precum San Luis Potosí (Mexic), au dezvoltat un întreg program pentru susținerea sectorului creativ în jurul acestui concept, publicând o carte a drepturilor culturale, lansată împreună cu stimulente financiare pentru susținerea culturii și mecanisme noi de reglementare.

(4) *Crearea unor formule de dialog, colaborare și măsuri pentru o dezvoltare mai sustenabilă.* Pandemia a scos la iveală sau a exacerbât nu doar fragilitatea sectorului creativ, ci și inegalitățile sociale din comunitățile urbane. În acest sens, o serie de politici și acțiuni remediale au vizat crearea unor noi structuri de dialog și colaborare. Mergând mult mai departe cu propunerea de politici și dezvoltarea de acțiuni remediale, multe comunități urbane au dat dovadă de inventivitate și viziune, creând adevărate rețele de cooperare transnațională în jurul culturii. Orașe precum Mexico City, Comunitatea Autonomă a orașului Buenos Aires, Barcelona, și Bogotá, cu sprijinul Comitetului Cultural al UCLG au creat o inițiativă

comună “Ciudad (es) Cultura”. Această inițiativă presupune crearea de proiecte culturale comune, difuzate pe o platformă digitală comună și punerea în discuție a unor teme și probleme sociale ale celor 4 orașe partenere. Roma a creat o platformă de dialog și coordonare cu alte orașe italiene, pentru a cartografia și identifica probleme comune și pentru a negocia împreună cu guvernul italian alocarea de fonduri și scheme de sprijin pentru sectorul cultural și creativ și alte sectoare afectate de pandemie precum turismul. La nivel european și global, rețeaua OWHC – Organisation of World Heritage Cities, a creat o platformă pentru diseminarea de bune practici implementate în timpul pandemiei, în timp ce European Culture Foundation a inițiat crearea unui Fond European pentru Cultura Solidarității. Rețeaua culturală europeană Trans Europe Halles a lansat declarația “Culture and Cities in Times of Crisis/Cultura și orașele pe timp de criză”, cerând regândirea spațiilor urbane în perioada care va urma pandemiei, prin transformarea anumitor spații urbane în jurul conceptelor de solidaritate, incluziune și drept la cultură pentru toți.

Inițiative similare sunt documentate de Montalto et al. (2020), într-un studiu care analizează răspunsurile orașelor europene la criza generată de COVID-19. Astfel, autorii acestui raport arată cum, pe lângă măsurile remediale de tip scheme de sprijin financiar, diverse municipalități precum Bologna (Italia), au regândit peisajul cultural local, prin realocarea resurselor locale într-un mod diferit. Astfel, Muzeul MAMbo din Bologna a pus la dispoziția artiștilor din oraș spații de lucru, transformându-se astfel într-un centru de producție și rezidență artistică pe perioada pandemiei. Compania de teatru Slung Low din Leeds a coordonat echipe de voluntari care proveneau din mai multe companii/instituții din sectorul cultural și creativ care au livrat mâncare și medicamente persoanelor din comunitate, continuând în restul timpului să lucreze la producții online. Biblioteci publice din Cehia, Italia și Suedia s-au reinventat, oferind servicii diverse: păstrarea legăturilor cu clienții în vârstă, oferirea de programe de învățare a unei limbi străine, contactarea telefonică a clienților în vederea cunoașterii preferințelor lor de lectură, după care pregăteau cărțile astfel încât cititorii puteau doar veni să le ridice, diminuând așadar timpul petrecut în incinta bibliotecii. Un teatru din Belgia a oferit înregistrări ale spectacolelor sale în cămine de bătrâni, iar Teatrul Gong din Sibiu s-a implicat într-o campanie de citire de povești la telefon persoanelor în vârstă. Un grup de muzicieni din Praga a oferit concerte în fața spitalelor căminelor de bătrâni, sau chiar în fața caselor celor care îi solicitau. Un concept similar a fost implementat în Letonia, unde consiliul local s-a implicat în organizarea unor concerte surpriză în aer liber în curțile caselor sau blocurilor. Inițiative similare au avut loc și în Suedia, Grecia sau Polonia.

Declanșarea pandemiei și restricțiile ce au urmat au generat reacții rapide în rândul SCC. Atât comunitățile creative, cât și autoritățile locale s-au mobilizat destul de repede după instalarea restricțiilor, au imaginat și propus soluții pentru depășirea crizei. Curând, acestea s-au transformat în acțiuni remediale, au fost inițiate structuri de dialog și negociere și au fost mobilizate fonduri. Cu toate acestea, cele mai multe măsuri au fost reactive, funcționând mai degrabă ca un „bandaj” pe timp de pandemie.

Într-un articol publicat în timpul primului an al crizei sanitare, Comunian și England (2020) abordează situația industriilor culturale și creative din perioada pandemiei, accentuând faptul că precaritatea muncii din aceste domenii nu este un fenomen nou, ci o realitate pe care situația actuală a acutizat-o, readucând-o astfel în atenție. Ca urmare, autorii studiului amintit consideră că, în cadrul eforturilor de a atrage sprijinul autorităților pentru depășirea dificultăților generate de pandemie, e important să nu fie creată falsa impresie că, în lipsa unei situații de criză, aceste domenii de activitate sunt caracterizate de predictibilitate și certitudine. Pandemia a constituit mai degrabă un factor agravant al unei realități adesea ignorate sau împachetate în discursuri și strategii de *local branding* despre importanța sectorului cultural și creativ în economia și identitatea comunităților urbane. Un raport realizat pentru Parlamentul European subliniază faptul că artiștii sunt considerați o categorie profesională precară, în pofida unui înalt nivel de calificare, din motive ce țin de caracteristicile muncii din acest domeniu, deseori bazată pe activități independente (*free lancing* și statut de *self-employed*), sau forme de angajare cu normă parțială (Culture Action Europe & Dâmaso 2021, p. 14). În acest context, măsurile remediale sunt departe de a asigura sustenabilitatea industriilor culturale și creative pe termen lung. Mai mult, ele ridică numeroase întrebări despre felul în care autoritățile locale și naționale percep sectorul cultural și despre locul pe care aceste industrii îl vor ocupa în societatea post-pandemică.

3.1.3 ACȚIUNI REMEDIALE PENTRU SUSȚINEREA SECTORULUI CULTURAL ȘI CREATIV ÎN ROMÂNIA

Sectorul cultural și creativ din România se confruntă cu provocări similare celor descrise în paginile anterioare. Și aici, nivelul de precaritate este mult mai ridicat în rândul celor angajați pe bază de contract sau proiect, în comparație cu cei angajați în cadrul instituțiilor de stat, iar măsurile remediale luate de autorități au ignorat într-o mare măsură cele mai precare categorii, precum artiștii independenți. Cu toate acestea, în pofida nemulțumirilor și criticilor aduse acestor intervenții remediale, este important de observat că măsurile pentru sprijinirea sectorului cultural și creativ nu au lipsit, statul implicându-se încă de la declanșarea pandemiei în sprijinirea SCC. Ce este fără îndoială discutabil, este măsura în care aceste intervenții au reușit să aibă un efect real de ajutorare a SCC. Vom încerca să clarificăm aceste aspecte în rândurile care urmează.

Măsurile remediale luate de guvernul României pentru a contracara efectele pandemiei în SCC au fost, până la un punct, similare cu cele din restul statelor membre UE. Statul român a continuat să plătească salariile angajaților din instituțiile de stat sau să asigure prin diverse alte mecanisme salariile celor angajați în instituțiile aflate în subordinea autorităților locale sau județene, alocând sume importante pentru plata șomajului tehnic al unor categorii diverse de angajați din SCC (plata lunară a 75% din salariul de bază a locului de muncă ocupat, dar nu mai mult de 75% din câștigul salarial mediu brut prevăzut de Legea bugetului asigurărilor sociale de stat pentru anul respectiv)³. Însă similitudinile se opresc aici. În pofida declarațiilor de sprijin oferite de guvern și a numeroaselor runde de consultări cu reprezentanții sectoarelor creative și culturale, autoritățile române au eșuat în încercarea de a crea scheme de ajutor și mecanisme de sprijin pentru sectorul cultural și creativ independent.

Mai mult, măsurile adoptate au accentuat dezechilibrele din cadrul SCC din România și au evidențiat lipsa de perspectivă și gândire sistemică a autorităților din România. Redacția Europa Liberă din România a sintetizat aceste scheme de sprijin, arătând cum statul a preferat să favorizeze un anumit tip de organizații sau instituții, mai ales din zona divertismentului sau a organizării de evenimente și festivaluri, în dauna altora, cu precădere artiștii independenți din sectoarele culturale⁴. De exemplu, modalitatea în care a fost acordat ajutorul de șomaj din partea statului a fost criticată din perspectiva condițiilor restrictive impuse pentru accesarea acestui tip de venit. Întrucât cerințele au presupus ca aplicanții să fi avut un contract în ultimele trei luni anterioare solicitării, iar la momentul aplicării pentru sprijin să nu fie angrenați într-o activitate economică, consecința la nivel de aplicare a măsurii a fost excluderea unui segment consistent de profesioniști din domeniu (circa 20-30% dintre artiștii independenți și o parte a managerilor culturali care lucrează în cadrul propriului SRL în care nu figurează ca angajați).⁵

În a doua jumătate a anului 2020 s-a pus în discuție un proiect de lege prin care să fie construit un pachet de sprijin dedicat SCC, constând în 100 de milioane de Euro, care urmau să fie alocate sub formă de granturi de 4000 până la 800.000 de Euro. Pentru aceste granturi erau eligibile entitățile de drept privat, ONG-uri și societăți comerciale, care au avut activitate în ultimii doi ani în domenii precum artele spectacolului, arte vizuale, patrimoniu, carte, audio-vizual, educație culturală. Beneficiarii ajutorului de stat au trebuit apoi să se înscrie într-un Registru Cultural online, gândit de autorități ca o măsură de cartografiere a SCC în România. Măsura, care a venit relativ târziu, promitea alocarea unei sume destul de mari care ar fi ajutat operatorii și antreprenorii culturali să treacă peste această perioadă. Înainte de definitivarea programului au existat peste 15 runde de consultări. Apoi au fost create normele de implementare, au urmat

3 Culturadata (2020) Cultura în carantină – Sprijin pentru sectorul cultural în timpul crizei COVID-19, Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală, publicat 8 aprilie 2020, <https://culturadatainteractiv.ro/monitorizarea-domeniului-cultural-in-timpul-crisei-COVID19/sprijin-pentru-sectorul-cultural/>.

4 Vulcan, D. (2020) Cultură sau divertisment? Pe cine sprijină guvernul prin schema de ajutor de stat?, publicat 24.11.2020. Accesat la <https://romania.europalibera.org/a/cultur%C4%83-sau-divertisment-pe-cine-sprrijin%C4%83-guvernul-prin-schema-de-ajutor-de-stat-/30965793.html>

5 <https://romania.europalibera.org/a/cultur%C4%83-sau-divertisment-pe-cine-sprrijin%C4%83-guvernul-prin-schema-de-ajutor-de-stat-/30965793.html>

înscrierile și evaluarea dosarelor. Publicarea, de către Ministerul Culturii, a proiectului de Ordonanță de Urgență pentru această schemă de ajutor de stat a avut loc abia anul următor, în ianuarie 2021⁶. Conform acestei scheme, urmau să fie eligibile pentru acordarea granturilor organizațiile care derulau activități care se susțin prin vânzarea de bilete, precum organizatorii de festivaluri sau de produse culturale precum cărțile, asemenea editurilor și librăriilor, dar au fost excluși de la schema de ajutor artiștii independenți care lucrau pe bază de contract de colaborare sau proiect.

Caracterul prea puțin acoperitor al finanțării propuse a atras reacții critice, care au subliniat limitările conținute de acest plan. Ne referim aici la două dintre aceste ecouri critice. Unul dintre ele este reprezentat de scrisoarea deschisă semnată de 70 de organizații culturale, prin care au fost semnalate, în noiembrie 2020, punctele nevralgice ale acestei scheme de ajutor.⁷ În cadrul luării de poziție sunt punctate, între altele, definirea limitativă a categoriilor de beneficiari eligibili (ceea ce conduce la excluderea unor segmente profesionale din domeniul cultural), accentul puternic al măsurilor plasat asupra vânzării de bilete (ceea ce înclină sprijinul în mod dezechilibrat către organizatorii de evenimente), precum și aspecte problematice ale procedurii de înscriere (și pre-înscriere) în condițiile unui calendar foarte strâns al întregului proces. Un alt exemplu este furnizat de reacția colectivă venită din partea a circa 100 de trupe și cântăreți, care, prin intermediul unei scrisori deschise au semnalat excluderea artiștilor din schema de sprijin propusă: „*Considerăm că existența sectorului cultural depinde nu doar de organizatorii de evenimente, ci mai ales de artiști. Vă rugăm să includeți în schema de ajutor de stat și această entitate ca beneficiar eligibil al sumelor destinate ajutorării sectorului cultural.*”⁸ Schema de ajutor a fost criticată extrem de dur pentru că îi excludea direct pe creatori și artiști, direcționând resursele prioritar către agregatorii de creație artistică, precum organizatorii de evenimente sau operatorii culturali care organizau concerte sau spectacole și puteau elibera bilet. În acest context, unii artiști se găseau în situația de a nu mai putea să-și achite cheltuielile sau a-și susțină familiile. Însă nici acest proiect nu a fost pus în aplicare.

După formarea unui nou guvern, în urma alegerilor legislative din toamna lui 2020, schema de ajutor a fost modificată. Bogdan Gheorghiu a rămas Ministrul Culturii și a rămas să definitiveze proiectul de ajutor de stat modificat. Această schemă nouă era însă compusă din două scheme de ajutor diferite, o linie de finanțare sub formă de granturi în valoare de 39 de milioane de Euro, care putea fi accesată pentru proiecte viitoare, și o schemă de ajutor de minimis, care se acordă beneficiarilor care funcționează sub o formă juridică, în cadrul unei societăți comerciale sau asociații, sub forma unei sume forfetare de 8000 de Euro, ce se acordă o singură dată, într-o singură tranșă. Bugetul total al acestei măsuri era de 51 de milioane de Euro, dintre care 4,7 milioane de Euro reprezentau cheltuieli de management a schemei⁹. Ajutorul totaliza tot 100 de milioane de Euro, însă acești bani urmau să fie acesați sub formă de finanțare europeană, unde 85% erau fonduri europene nerambursabile (POC 2014-2020) iar restul reprezentau contribuția statului. Erau din nou excluși cei care nu operau sub o formă juridică sau erau angajații unei societăți comerciale sau instituții. Mai mult, granturile acordate pe bază de proiect erau oferite pentru proiecte viitoare și nu pentru a compensa pierderile generate de proiectele curente ale artiștilor și operatorilor culturali.

- 6 Tănăsescu, A., Coțovanu, D. (2021). Ce n-a fost și ce a ajuns schema de ajutor de stat pentru sectorul cultural. De la campanie electorală la realitate, Cultura la Duba, publicat 28 ianuarie 2021, <https://culturaladuba.ro/ce-n-a-fost-si-ce-a-ajuns-schema-de-ajutor-de-stat-pentru-sectorul-cultural-de-la-campanie-electoral-la-realitate/>.
- 7 Culturadata (2020) Cultura în carantină – Sprijin pentru sectorul cultural în timpul crizei COVID-19, Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală, publicat 8 aprilie 2020, <https://culturaldatainteractiv.ro/monitorizarea-domeniului-cultural-in-timpul-crisei-COVID19/sprijin-pentru-sectorul-cultural/>.
- 8 Vulcan, D. (2020) Cultură sau divertisment? Pe cine sprijină guvernul prin schema de ajutor de stat?, publicat 24.11.2020. Accesat la <https://romania.europalibera.org/a/cultur%C4%83-sau-divertisment-pe-cine-sprrijin%C4%83-guvernul-prin-schema-de-ajutor-de-stat-/30965793.html>
- 9 <https://romania.europalibera.org/a/cultur%C4%83-sau-divertisment-pe-cine-sprrijin%C4%83-guvernul-prin-schema-de-ajutor-de-stat-/30965793.html>

Acest lucru a generat critici dure din partea artiștilor și producătorilor culturali. Artiști precum Tudor Chirilă sau producătoarea de filme Ada Solomon au criticat măsurile¹⁰, cerând acordarea unor ajutoare directe, care să poată fi accesate atât de cei care operează pe baza contractelor de drepturi de autor, cât și sub alte forme juridice, și să fie acordate direct artistului, cât mai urgent, iar sumele să fie calibrate cu contribuțiile anterioare ale acestora la bugetul de stat. Guvernul a ignorat aceste cereri. Singurul ajutor garantat a rămas indemnizația directă plătită direct artiștilor, în valoare de 2.253 RON net pe lună, pe care statul s-a angajat să o prelungească până în iunie 2021.

După acest moment, asistența sub formă de șomaj tehnic a încetat, iar pentru a înlocui acest sprijin, a fost introdusă o nouă măsură de compensare. Ministrul muncii de la acea vreme, Raluca Turcan, a semnat o Ordonanță de Urgență prin care artiștii și creatorii care au realizat venituri din activități derulate pe bază de drepturi de autor în perioada de dinaintea pandemiei vor primi o indemnizație de 41,5% din câștigul salarial mediu brut.¹¹ De această măsură urmau să beneficieze aproximativ 5.500 de persoane. Însă o nouă schimbare de guvern, de data aceasta cu o nouă coaliție de guvernare și un nou val de măsuri restrictive asociate creșterii infectărilor în toamna lui 2021 au readus în discuție continuarea șomajului tehnic. Ministerul Muncii și Solidarității Sociale reintroduce acordarea șomajului tehnic, de care pot beneficia atât angajații, cât și lucrătorii independenți din sectorul cultural și creativ (acordarea unei indemnizații în cuantum de 75% din câștigul salarial mediu brut reglementat prin Legea bugetului asigurărilor sociale de stat pe anul 2022, din bugetul Ministerului Muncii și Solidarității Sociale), care sunt inactivi profesional din cauza pandemiei, indemnizație care urmează să fie acordată până la 31 martie 2022.¹²

Mesajele venite din partea sectoarelor creative și artiștilor din România au fost extrem de critice. După numeroase runde de consultări, hotărârile de guvern au fost adoptate greu, iar alocarea granturilor mult așteptate nu s-a mai întâmplat din cauza schimbărilor de guvern, a instabilității politice și schimbărilor prea dese ale priorităților bugetare. Singurul ajutor venit din partea guvernului a fost prelungirea perioadei de acordare a șomajului tehnic. Însă această măsură a exclus artiștii care operau pe cont propriu, managerii culturali care erau proprietarii unei societăți și nu erau angajați, artiștii colaboratori. În tot acest timp, foarte mulți artiști, creatori și operatori culturali care activau în afara instituțiilor de stat, venind mai degrabă din zona comercială sau din zona privată non-profit (sectorul cultural independent) au rămas inactivi, cu veniturile puternic diminuate. Unii au ales să se reorienteze profesional, cel puțin temporar, pentru a genera venituri suplimentare. În cadrul consultărilor realizate de autoritățile publice locale și naționale cu experți și manageri de proiecte culturale, aceștia au semnalat că veniturile organizațiilor culturale au scăzut cu aproape 70% în comparație cu anii de dinaintea pandemiei și că 86% dintre acestea și-au oprit activitatea pentru o perioadă de timp în timpul pandemiei, cu pierderi financiare considerabile¹³.

Pentru a înțelege cum a afectat pandemia aceste industrii, propunem să vedem unde se află sectorul cultural și creativ din România. Înainte de 2019, sectoarele culturale și creative din România și Europa Centrală și de Est au înregistrat unele dintre cele mai ridicate rate de creștere din Europa. Odată cu oprirea activităților în martie 2020 și instaurarea restricțiilor, acestea au început să înregistreze pierderi considerabile. Un raport al Ernst & Young (2021) preconizează pierderi notabile în profitabilitate pentru sectoarele culturale și creative din această regiune, cu contracții semnificative în cei doi ani care s-au scurs de la declanșarea pandemiei. În acest context, Ernst & Young estimează pentru România o contracție a acestui sector de 36-40%, ca scădere în 2020 față de 2019, anul de referință de dinainte de declanșarea pandemiei (Ernst&Young 2021, 35). Însă raportul Ernst & Young integrează atât sectorul cultural public, cât și cel independent. Pentru a înțelege aceste dinamici, trebuie să ne uităm și la felul în care este

10 Tănăsescu, A., Coțovanu, D. (2021). Ce n-a fost și ce a ajuns schema de ajutor de stat pentru sectorul cultural. De la campanie electorală la realitate, Cultura la Duba, publicat 28 ianuarie 2021, <https://culturaladuba.ro/ce-n-a-fost-si-ce-a-ajuns-schema-de-ajutor-de-stat-pentru-sectorul-cultural-de-la-campanie-electoral-la-realitate/>.

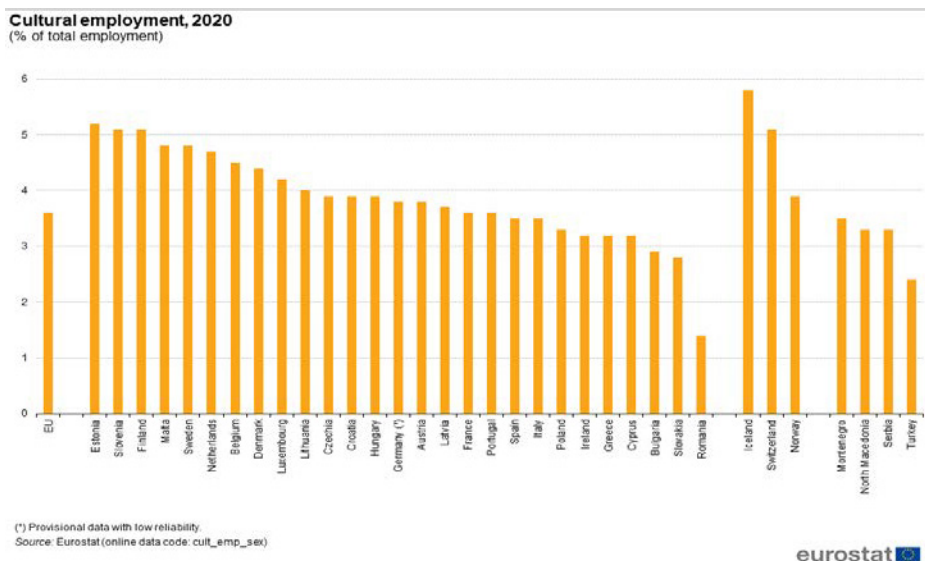
11 Centrul Cultural Clujean, Poziție privind schema de ajutor de stat: <https://cccluj.ro/pozitie-privind-schema-de-ajutor-de-stat-at/?fbclid=IwAR3qb4Xp2r9xP7Vf0bbkqxzVtp3dBnQjhhVMZJ-44IcMnwVNGZCZAtyXw>, accesat 20.02.2022.

12 <https://www.g4media.ro/aproape-o-suta-de-trupe-si-cantareti-ii-cer-premierului-sa-includa-artistii-in-schema-de-ajutor-de-stat-pentru-sectorul-cultural-afectat-de-pandemie.html>, accesat 20.02.2022

13 Tănăsescu, A., Coțovanu, D., op cit.

structurat SCC. O particularitate a României este numărul redus de persoane angajate în SCC. Statisticile Eurostat arată că, la nivelul Uniunii Europene, România avea în 2020 cea mai redusă rată de angajați în domeniul cultural (1,6%).¹⁴

Figura 3.1.1 Procentul de angajați în sectorul cultural la nivel european



Sursa: Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics>

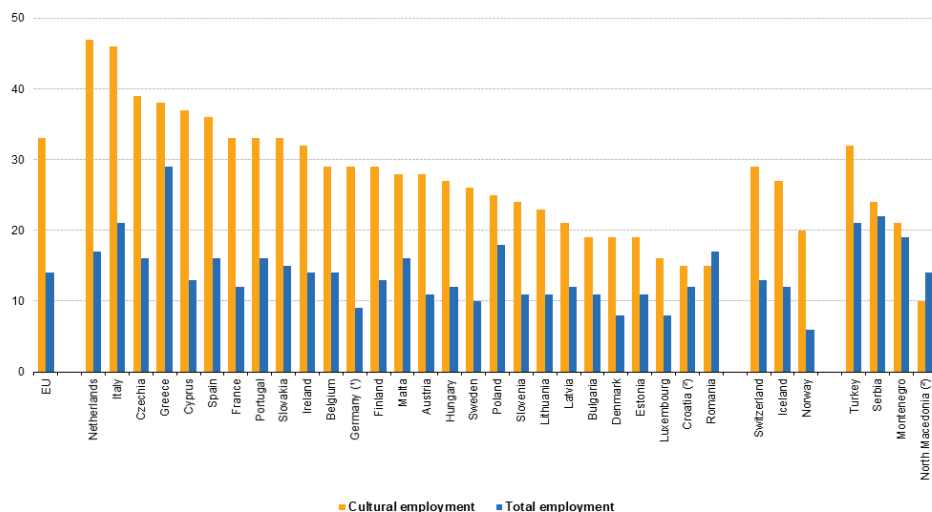
Această valoare, deși redusă în comparație cu statele membre UE, indică o ușoară creștere a numărului angajaților în domeniul culturii. Ultimii ani au înregistrat o creștere de la 1,4% în 2011, la 1,6% în 2019 (135.700 de persoane) (Zbranca 2020, 151). Din totalul celor angajați în acest sector, 51,4% sunt femei, reprezentând o valoare superioară ponderii femeilor în totalul forței de muncă (42,9%), iar 51,3% au studii superioare, un procent mult mai mare decât în cazul forței de muncă din celelalte domenii (21,2%) (Zbranca 2020). Însă din cauza unor probleme în raportarea și colectarea datelor de către Eurostat, aceste valori nu reflectă în întregime realitatea economică și socială a acestui sector.

Conform datelor Eurostat (2020), o altă particularitate a României este aceea că rata celor care lucrează ca angajați pe cont propriu în cadrul domeniilor culturale este mai mică decât cea a lucrătorilor independenți din economie în general. Prin acest aspect, Romania deviază de la tendințele regăsite la nivelul UE, ca medie și raportat la celelalte state membre considerate separat. Figura 3.1.2 redă acest fenomen. În același timp, trebuie reluată observația legată de modul în care Eurostat colectează aceste date, ce poate avea drept consecință o creionare insuficient de fidelă a dimensiunii și caracteristicilor sectorului cultural. Ne referim la aceste aspecte în paragrafele care urmează.

14 Conform definiției utilizate de Eurostat în construirea acestui ranking „angajarea în domeniul cultural include toate persoanele care lucrează în activități economice care sunt considerate culturale, indiferent dacă persoana este angajată într-o ocupație culturală. De asemenea, acoperă persoanele cu o ocupație culturală, indiferent dacă acestea sunt sau nu angajate într-o activitate economică culturală.”
Detalii la https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment (accesat 11.01.2022).

Figura 3.1.2 Procentul angajaților pe cont propriu în domeniul cultural și în economie în ansamblu**Share of the self-employed in cultural employment and total employment, 2020**

(%)



(*) Provisional data with low reliability.

(*) Cultural employment - low reliability.

Source: Eurostat (online data code: cult_emp_wsta)

eurostat

Sursa: Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics>

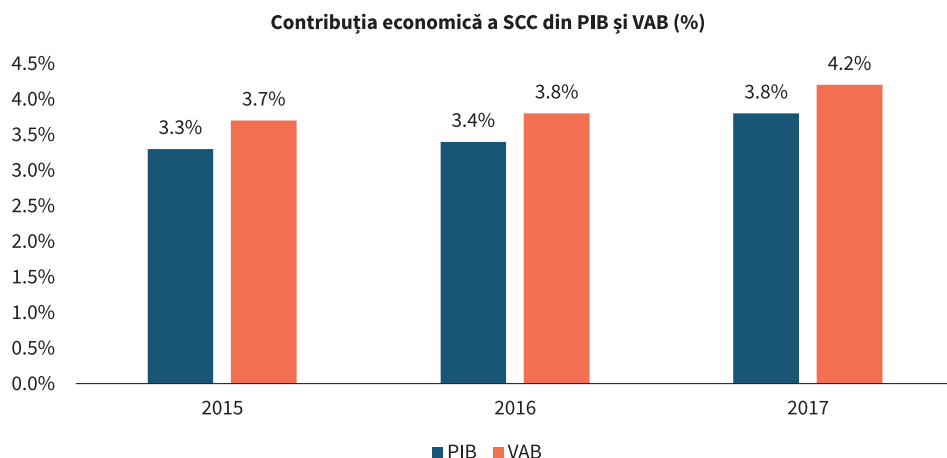
La nivelul UE 27, proporția liber profesioniștilor angajați în SCC la nivelul anului 2019 era de 32%, de două ori mai mare decât media pe economie (14%), iar în state precum Olanda sau Italia, proporția independenților este de aproape jumătate din forța de muncă angajată în cultură (Zbranca 2020, 152). Aceste valori contrastează puternic cu cifrele din România. Cu toate acestea, cifrele din România privind liber profesioniștii din sectorul cultural și creativ pot fi mult mai mari. Raportarea către Eurostat se face doar pe baza primului domeniu de activitate al liber-profesioniștilor. Acest lucru poate distorsiona procentul real al celor care sunt activi în sectorul cultural și creativ ca freelanceri sau liber profesioniști. Unii dintre ei pot desfășura activități în mai multe domenii, sau pot avea o ocupație creativă într-un domeniu non-creativ. Tendințele din sectorul cultural și creativ din marile orașe din România sugerează că tot mai mulți dintre absolvenții studiilor universitare de arte și design se orientează spre profesii creative ca liber profesioniști sau freelanceri. În interviurile realizate în ultimii 3 ani pentru Centrul Cultural Clujean cu profesioniști din SCC, autorii acestui raport au documentat numeroase cazuri în care cei care activează în sistemul cultural și creativ obișnuiesc să își desfășoare activitățile creative în regim freelancing, cu o formă juridică de tip PFA sau pe baza contractelor cu drepturi de autor, în timp ce pe lângă această activitate dețin un loc de muncă într-un alt domeniu, ce le permite să își asigure veniturile necesare traiului zilnic sau să își finanțeze proiectele creative. O mare parte din absolvenții facultăților de arte și design nu urmăresc angajarea într-o instituție culturală publică. Aceștia se orientează mai degrabă spre sectorul privat, activând ca liber profesioniști, punând bazele unor asociații culturale sau societăți comerciale sau combinând mai multe tipuri de activități, în care cele creative sunt complementare unor forme de angajare în domenii non-creative.

În privința ponderii celor care lucrează în SCC, observăm o notabilă disparitate regională la nivelul României în privința activității în industriile culturale și creative: cea mai mare rată de angajare în aceste domenii este în zona București (peste 2%), regiunile Centru și Nord-Vest având valori cuprinse între 0,5% și 1%, restul țării fiind caracterizat de valori sub 0,5% (pentru detalii vezi Travkina et al. 2020, p. 8).¹⁵ Ponderea angajaților care lucrează în SCC, 1,6% la nivel național, plasează România la cel mai scăzut nivel al forței de muncă angajată în SCC la nivelul UE 27 (Zbranca 2020, 151-152).

Lucrurile arată însă cu totul altfel atunci când vine vorba despre contribuția SCC la Produsul Intern Brut (PIB) și Valoarea Adăugată Brută (VAB)¹⁶. Această contribuție a crescut și ea odată cu creșterea PIB-ului național în anii care au urmat crizei economice. Raportul realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală (Dăărășteanu 2020) indică o creștere de la 3,3% ca procent din PIB în 2015, respectiv 3,7% VAB, la 3,8% procent din PIB, respectiv 4,2% VAB în 2017. Însă, dacă ne uităm la cifra de afaceri a SCC la nivel național, creșterea e mult mai evidentă, aceasta urcând de la 41.591.972 lei în 2015 la 61.067.809 lei în 2017 (Dăărășteanu 2020, 10). Aceste evoluții sunt ilustrate în **Fig. 3.1.3** și **Fig. 3.1.4** de mai jos. Cea mai mare pondere în SCC o au industriile creative digitale, cu o valoare de peste 40% din cifra de afaceri, urmate de publicitate, cu 14,8%, carte și presă, cu 10,6% și audio-vizual și media, cu 10,4% (*ibid.* 11). Aceste valori sunt ilustrate în **Fig. 3.1.5**.

În ciuda ponderii relativi mici ca procent de persoane angajate în SCC raportat la totalul forței de muncă active, aceste domenii se remarcă printr-o productivitate crescută și prin potențialul de dezvoltare. Industriile culturale și creative din România au înregistrat o creștere susținută înainte de declanșarea pandemiei. Potențialul de creștere a acestor domenii este în continuare ridicat, iar extinderea lor se traduce printr-o dezvoltare pe orizontală a unor lanțuri de producție ce pot contribui la diversificarea economiei locale și naționale și la consolidarea unui sector privat robust, ancorat în comunitățile locale.

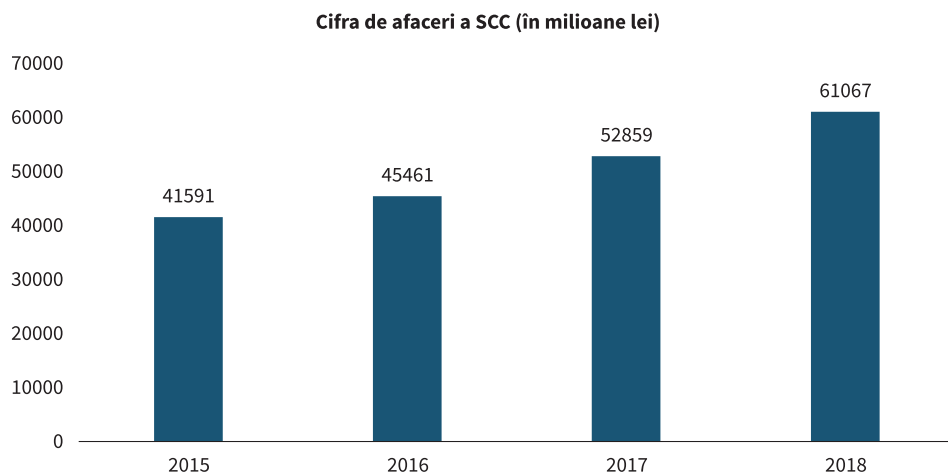
Figura 3.1.3



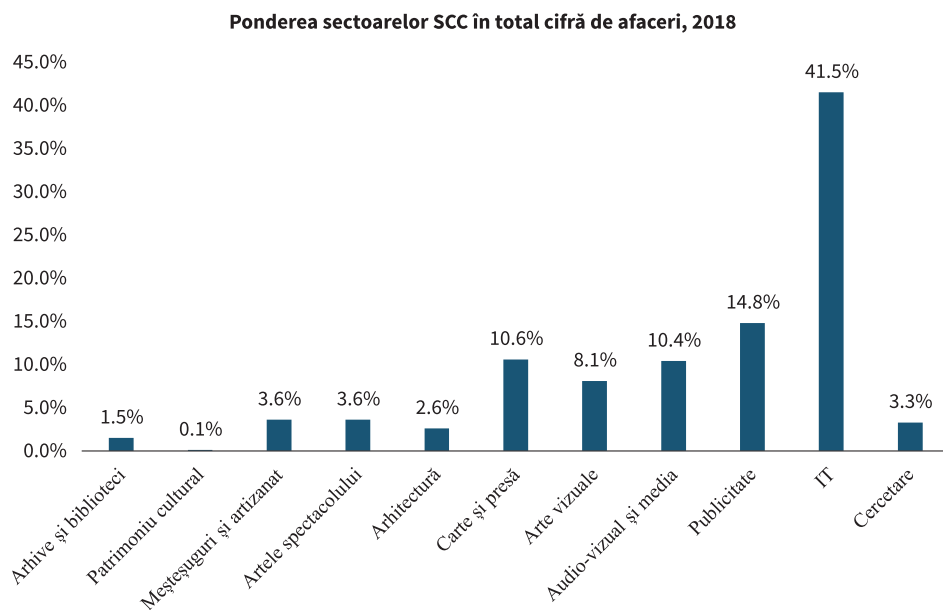
Sursa: Dăărășteanu (2020, 10) Contribuția economică a SCC la PIB și VAB

15 Stancovici, D. (2021) Artiștii din domeniile încă afectate de limitări vor putea beneficia în continuare de sprijin, prin acordarea unei indemnizații de 41,5% din câștigul salarial mediu brut, News.ro (publicat 3 iunie 2021), <https://www.news.ro/politic-intern/update-raluca-turcan-artistii-domeniile-afectate-limitari-vor-putea-beneficia-continuare-sprjin-acordarea-unei-indemnizatii-41-5-castigul-salarial-mediu-brut-precizarile-ministerului-muncii-1922402503002021061620230076> (accesat 23.02.2022).

16 Ministerul Muncii (2022) Comunicat de presă (19 ianuarie 2022): <http://mmuncii.ro/j33/index.php/ro/comunicare/comunicate-de-presa/6477-cp-acordare-somaj-tehnic-context-epidemie-19012022> (accesat 24.02.2022).

Fig. 3.1.4

Sursa: Dărășteanu (2020, 10) Cifra de afaceri SCC

Figura 3.1.5

Sursa: Dărășteanu (2020, 11) Ponderea sectoarelor SCC în total cifră de afaceri

Aceste cifre ne arată că SCC are o contribuție importantă la PIB-ul național și un potențial important de creștere. Cu toate acestea, răspunsul autorităților locale și naționale și măsurile de sprijin acordate au părut să ignore importanța acestor domenii și contribuția lor la economia națională. Deși au existat măsuri de sprijin acordate antreprenorilor și angajatorilor, prin plata șomajului tehnic de către stat, prin acordarea de ajutoare presei și mass-media sau prin crearea unui sistem de granturi pentru SCC, măsurile au tratat SCC ca un sector puțin prioritar și de multe ori au părut să ignore realitatea din acest domeniu, alături de nevoile artiștilor și operatorilor culturali. Pe lângă măsurile de sprijin la nivel național, au existat și eforturi locale de consultare și creionare a unor mecanisme de sprijin pentru SCC în cele mai importante orașe din România. În partea care urmează sunt discutate câteva dintre eforturile realizate pe plan local pentru crearea unor măsuri de sprijin suplimentare și urgente pentru SCC.

3.1.4 ACȚIUNI REMEDIALE PENTRU SUSȚINEREA SECTORULUI CULTURAL ȘI CREATIV ÎN ZONA METROPOLITANĂ CLUJ

La câteva luni de la debutul pandemiei și instaurarea restricțiilor ce au urmat declanșării acesteia, sectoarele creative și culturale resimțeau deja un impact substanțial al reducerii mobilității populației și posibilității de organizare de evenimente. În acest context, la finalul lunii mai 2020 a fost organizată o dezbatere pe tema sectorului cultural clujean în perioada pandemiei, ocazie cu care a existat un dialog între Primăria Cluj-Napoca și reprezentanți ai acestui domeniu profesional.¹⁷ Între temele principale adreseate s-a regăsit problema lipsei de predictibilitate creată de noul context, care afectează sectorul cultural aflat brusc în situația de a-și reduce activitatea și implicit de a suferi pierderi economice pe o perioadă dificil de estimat. Din această perspectivă, au fost discutate posibile măsuri care să atenueze impactul pandemiei, care s-ar putea concretiza, între altele, în îmbunătățirea schemelor de finanțare, lărgirea eligibilității categoriilor care pot accesa fonduri, acordarea de facilități pentru cei care susțin artiștii locali, acces la spații culturale. Aceste propuneri au fost discutate în contextul unui acord larg asupra nevoii de a găsi soluții la nivel local pentru salvarea sectorului cultural și creativ independent. Cu toate acestea, după câteva rînduri de consultări, discuțiile s-au blocat din cauza cadrului legislativ existent. Autoritățile locale din Cluj-Napoca au invocat nevoia unei schimbări a cadrului legislativ la nivel național pentru a debloca un ajutor de urgență. Sumele alocate anuale de la bugetul local sectorului cultural și creativ din municipiul Cluj au continuat să fie alocate operatorilor culturali (aproximativ 2 milioane de euro alocăți unui număr de 250-300 de beneficiari), însă în cele din urmă, ideea unui ajutor de urgență a fost abandonată. Au fost discutate însă alte măsuri care au avut un ecou la nivel național.

În martie 2021, la un an de la declanșarea pandemiei și a restricțiilor care au însoțit criza sanitară, problemele deja extrem de acute ale sectorului cultural au fost semnalate într-o scrisoare deschisă adresată Președintelui Iohannis.¹⁸ Inițiativa a pornit de la Cluj (inițiator fiind directorul Jazz in the Park, Alin Vaida, reprezentanții marilor festivaluri locale aflându-se printre semnatarii) fiind însă prezentată ca reflectând preocuparea generală a sectorului cultural. În textul scrisorii sunt semnalate punctual principalele direcții în care măsurile luate de stat în timpul pandemiei au neglijat specificul sectorului cultural și nevoile acestuia de a fi susținut într-o perioadă extrem de dificilă. În acest context și adresând neajunsurile intervențiilor anterioare ce s-au dovedit inefficiente sau insuficient calibrate nevoilor reale, semnatarii scrisorii au formulat următoarele solicitări:

- 17 Beligăr C. (2020) Problemele sectorului cultural din Cluj, în dezbateri: „Regândiți evenimentele la dimensiune mai mică. Găsiți soluții creative”, Transilvania Reporter (27 Mai 2020): <https://transilvaniareporter.ro/coronavirus/problemele-sectorului-cultural-din-cluj-in-dezbateri-reganditi-evenimentele-la-dimensiune-mai-mica-gasiti-solutii-creative/> (accesat 24.02.2022).
- 18 Conform definiției utilizate de Eurostat în construirea acestui ranking „angajarea în domeniul cultural include toate persoanele care lucrează în activități economice care sunt considerate culturale, indiferent dacă persoana este angajată într-o ocupație culturală. De asemenea, acoperă persoanele cu o ocupație culturală, indiferent dacă acestea sunt sau nu angajate într-o activitate economică culturală.”. Detalii la https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment (accesat 11.01.2022).

“Luarea de măsuri economice conforme cu situația în care sectorul cultural se află: o schemă de ajutor de stat echitabilă pentru toți artiștii și operatorii culturali, adoptată în regim de urgență, care să prevadă despăgubire justă pentru toți operatorii culturali, indiferent de subdomeniul de activitate și forma de organizare juridică; Realizarea unui plan național de relansare a domeniului culturii, cu implicarea specialiștilor, bazat pe predictibilitate, care să prevadă o schemă de redeschidere a activităților, și pe baza căruia artiștii și operatorii să-și poată planifica activitatea, respectiv despăgubiri și asigurări pentru cei care nici la un an de la debutul pandemiei nu-și pot relua activitatea.”¹⁹

În luna mai a aceleiași an, ca urmare a unui ecou sub așteptări al tentativei anterioare de afirmare a nevoii de sprijin pentru sectoarele culturale (prima scrisoare deschisă a atras semnături din partea a mai mult de 800 de organizații culturale din România), o a doua scrisoare deschisă a fost adresată Președintelui.²⁰ Câteva fragmente ilustrative din document sunt reproduse mai jos. Ele sunt grăitoare din perspectiva agravării problemelor pe care contextul generat de pandemie le-a produs în acest domeniu de activitate, aflat în serioasă nevoie de sprijin din partea autorităților.

“Deși au trecut 14 luni de la începutul pandemiei și deși, cu mare întârziere, la finalul anului trecut au fost anunțate scheme de sprijin în valoare de 100 de milioane de euro pentru sectorul cultural, aceste scheme nu sunt nici astăzi funcționale, iar sursa lor bugetară nu a fost niciodată confirmată. [...] Artiștii și lucrătorii în domeniul spectacolelor care au fost eligibili pentru indemnizații în baza OUG 30/2020 și OUG 132/2020 mai pot primi indemnizație până în luna iunie și trebuie să-și plătească obligațiile fiscale până la data de 25 mai, asta în condițiile în care activitatea lor este în continuare restricționată, fără o perspectivă clară de când poate reîncepe și la ce capacitate...”²¹

Toate aceste demersuri au rămas însă fără urmări concrete. Sectorul cultural și creativ din România nu a beneficiat de niciun sprijin suplimentar sau scheme de ajutor de urgență. Nici la nivel local nu au existat măsuri de sprijin consistente. În acest context, lucrătorii și antreprenorii din sectorul cultural și creativ au rămas fără venituri și fără posibilitatea de a profesa, timp de mai bine de un an și jumătate. În toată această perioadă, autoritățile au amplificat starea de incertitudine prin relaxarea și reintroducerea repetată a restricțiilor. Cu toate acestea, constanta acestei perioade a reprezentat-o preferința autorităților pentru abandonarea restricțiilor drastice din primele luni ale pandemiei și deschiderea treptată sau parțială a sălilor de spectacole și autorizarea anumitor evenimente culturale. În pofida relaxărilor graduale, SCC nu a putut opera decât la capacitate redusă. Datorită ratelor ridicate de infectare din marile centre urbane din România, aici incluzând și municipiul Cluj-Napoca, operatorii culturali s-au aflat permanent în situația de a opera cu sălile deschise doar la o treime din capacitate sau de a suspenda spectacolele temporar datorită creșterilor bruște ale ratelor de infectare. Cu toate că aceste măsuri de relaxare repetată a restricțiilor au permis reluarea anumitor activități, ele nu au putut suplini pierderile suferite în primul an al pandemiei și nici lipsa de sprijin consistent din partea autorităților. Mai mult, ele au pus o anumită presiune pe operatorii culturali, care au fost nevoiți să reia evenimentele și producțiile culturale, fapt care le-a crescut costurile, fără a putea însă să opereze la capacitatea care le-ar fi permis să își acopere costurile sau să realizeze profit. Sectoarele culturale și creative s-au găsit așadar într-o situație complicată. Primele luni ale pandemiei au reușit să oprească aproape complet activitatea acestui domeniu. Perioada

19 Autorii studiului punctează și dificultatea de măsurare a indicatorilor legați de angajarea în sectoarele culturale și creative, generată de identificarea deseori inexactă a ocupațiilor și activităților de natură culturală. Aceste limitări pot rezulta în subestimarea amplitudinii reale a angajării din domeniul cultural. Vezi Travkina et al. 2020, p. 6 și explicațiile Eurostat preluate de aceștia.

20 Valoarea adăugată brută (VAB): Valoarea adăugată brută este soldul contului de producție și se măsoară ca diferența dintre valoarea bunurilor și serviciilor produse și consumul intermediar, reprezentând valoarea nou creată în procesul de producție: https://artsandculture.google.com/entity/m03_tfq?hl=ro (accesat 25.02.2022).

21 “Marile festivaluri ale Clujului, scrisoare către Iohannis: cer plan de redeschidere a activității și despăgubiri”. Publicat 24 martie 2021. <https://zcfj.ro/cultura/marile-festivaluri-ale-clujului-si-oameni-de-cultura-scrisoare-catre-iohannis-cer-plan-de-redeschidere-a-activitatii-si-despagubiri--214388.html> (accesat 19.02.2022). “Scrisoare deschisă către Președintele României, dl. Klaus Werner Iohannis”. Publicat 23 martie 2021. <https://www.aroc.ro/ro/scrisoare-deschis-c-tre-preedintele-rom-niei-dl-klaus-werner-iohannis/> (accesat 19.02.2022).

care a urmat restricțiilor a permis redeschiderea parțială sau temporară a spațiilor culturale; deși acest fapt a permis reluarea activității la capacitate redusă, noul context a amplificat dificultățile financiare cu care se confruntau deja operatorii culturali independenți. Creșterea costurilor de operare a pus sub semnul întrebării supraviețuirea multora dintre acești operatori culturali independenți.

În lipsa unor scheme de sprijin suplimentare la nivel local, un segment important al celor care activează în aceste sectoare a fost pur și simplu nevoit să își oprească activitatea. Singurele măsuri care au venit să sprijine pe plan local aceste sectoare au fost abordările mai relaxate ale restricțiilor în Cluj-Napoca și autorizarea anumitor evenimente culturale, măsură care a permis operatorilor culturali să își reia activitatea la capacitate redusă.

3.1.5 CONCLUZII

Pentru a înțelege mai bine ce s-a întâmplat în această perioadă încercăm să tematizăm în secțiunea rezervată concluziilor câteva dintre cele mai importante provocări generate de pandemie pentru sectoarele culturale și creative și cele mai frecvente mecanisme și politici de sprijin:

- În perioada care a urmat declanșării pandemiei, guvernele și municipalitățile din cele mai multe state ale lumii împreună cu SCC au încercat să imagineze soluții pentru depășirea perioadelor lungi de carantină, prin mutarea scenei și pieței culturale în mediul online și prin reimaginarea actului cultural într-un context dominat de restricții. Amintim aici proiecte *Berlin (a)live* prin care spectacole de teatru sau concerte au fost transmise online iar proiectele culturale pregătite pentru 2020 au fost digitalizate, *Bogotá Creadora en Casa*, concepută ca o scenă digitală, *Barcelona-TAcompanya*, platformă digitală cu artele spectacolului, concerte, literatură, sau *Scena Digitală*, un proiect al teatrului Radu Stanca din Sibiu, pentru transmiterea online a spectacolelor de teatru și digitalizarea scenei teatrale.
- Reziliența acestor centre urbane și tipul de politici remediale implementate de acestea sunt analizate în funcție de patru elemente: 1) capacitatea analitică (colectarea și interpretarea de date, capacitatea de a le analiza și de reacționa); 2) capacitatea regulatorie (reglementarea anumitor sectoare, implementarea de legi și politici publice pe plan local); 3) capacitatea de a livra și implementa politici (alocarea inteligentă și promptă a resurselor); 4) capacitatea de coordonare (crearea de consens, dialog și abordări comune în rândul actorilor relevanți din industriile creative).
- În multe cazuri, SCC nu au fost considerate prioritare de către decidenții politici în contextul crizei sanitare generate de pandemia COVID-19. Acest lucru s-a întâmplat în pofida contribuției importante a acestor sectoare din punct de vedere economic, și a numărului mare de angajați pe care îi agregă.
- Fragmentarea specifică SCC, reflectată, între altele, în existența unei proporții importante de profesioniști care lucrează pe cont propriu sau în regim freelance, a îngreunat construirea și implementarea unor măsuri remediale eficace. Uneori, lipsa de coeziune din SCC a făcut acest proces și mai anevoios.
- Deși digitalizarea reprezintă o dimensiune importantă a multor activități economice, dar și administrativ-politice, procesul în sine nu este facil, inegalitățile socio-economice influențează implementarea măsurilor specifice, iar unele segmente din SCC sunt mult mai greu de digitalizat decât altele. În plus, digitalizarea a fost adesea instrumentată exclusiv în direcția construcției de orașe inteligente, prin digitalizarea anumitor servicii publice și administrative, digitalizarea unor segmente din industriile culturale și creative nedevenind prioritară.

- Măsurile remediale luate de diverse guverne și autorități locale au fost foarte diverse, dar toate au urmărit să crească reziliența SCC în fața provocărilor create de pandemia COVID-19. Marile metropole ale lumii care capitalizează major pe baza sectorului lor cultural și creativ au identificat diverse variante de susținere a SCC, de la scutiri de taxe la granturi și plăți directe, de la investiții în digitalizare, la reafirmarea culturii ca un drept al fiecăruia. La o altă scară, măsuri similare au fost luate și în orașe mai mici, care nu dispun de resursele financiare ale capitalelor. S-au remarcat ca importante în acest proces capacitatea orașelor de a identifica, analiza și răspunde nevoilor celor care activează în SCC, dar și capacitatea de mobilizare de resurse financiare.
- În contextul formulării și implementării măsurilor de sprijin pentru SCC, a devenit încă o dată evidentă precaritatea specifică acestui domeniu. Această vulnerabilitate, ce exista de altfel și înaintea pandemiei, se datorează multor factori, între care: statutul non-prioritar al SCC în comparație cu alte sectoare economice și structura forței de muncă din acest sector, caracterizată de multe contracte cu fracțiuni de normă, contracte temporare, și un număr ridicat de freelanceri.
- În România, măsurile remediale destinate SCC au fost într-o oarecare măsură asemănătoare celor din alte state ale Uniunii Europene, însă spre deosebire de alte state europene, statul român a sprijinit doar acele categorii care lucrau în sectorul cultural public sau care au avut statut de angajați înainte de pandemie. Pentru celelalte categorii, cei care lucrau ca freelanceri sau colaboratori fără o afiliere instituțională clară, nu a existat niciun tip de ajutor; aceștia au fost, de facto, excluși de la dreptul de a primi ajutor de la stat.
- În Cluj-Napoca și ZMC a existat o mobilizare a reprezentanților SCC, dar și consultări cu autoritățile locale. În pofida acestor consultări, ideea unui ajutor de urgență a fost abandonată datorită unor probleme legate de cadrul legislativ care ar permite acest lucru. În tot acest timp însă, sumele destinate în mod normal SCC de la bugetul local au fost plătite. O parte din comunitatea SCC din Cluj a fost activă în repetate solicitări adresate guvernului central, referitoare la susținerea SCC. Cu toate că demersurile lor au devenit vizibile în spațiul public și au coalizat reprezentanții acestor domenii la nivel național în solicitarea unor scheme de sprijin, niciunul din demersuri nu s-a concretizat în ajutoare reale din partea guvernului.

3.2. ACTIVITATEA ECONOMICĂ A SECTORULUI INDUSTRIILOR CULTURALE DIN ZONA METROPOLITANĂ CLUJ ÎN PRIMUL AN AL PANDEMIEI COVID-19

3.2.1 OBIECTIVUL ACESTUI SUB-CAPITOL

Obiectivul acestui capitol al studiului este de a evalua și compara evoluția activității și rezultatelor economice ale sectorului industriilor culturale ²²și creative (SCC) din Zona Metropolitană Cluj în primul an al Pandemiei COVID-19. Ne propunem să înțelegem măsura în care restricțiile pandemice și criza sanitară au afectat din punct de vedere economic SCC. Analiza se bazează pe date referitoare la unitățile economice active și profesioniștii (profesioniști cu forma juridică F: întreprindere familială, întreprindere individuală, persoană fizică autorizată) din sectorul industriilor culturale și creative. Datele au fost furnizate de Oficiul Național al Registrului Comerțului din România. Indicatorii analizați au fost: numărul de unități economice, numărul profesioniștilor, cifra de afaceri, numărul de angajați și profitul net al acestora înainte de pandemie (anul 2019) și în timpul acesteia (anul 2020). O limitare a analizei efectuate pe baza acestor indicatori este dată de faptul că ei surprind doar sectorul privat, nu și cel public,

22 Similar studiului publicat în 2019, această analiză se referă cu precădere la activitatea economică a "industriilor culturale", deoarece cele mai multe dintre sectoarele de activitate incluse vizează activități menite să producă și comercializeze „bunuri simbolice”, respectiv acele bunuri care au o anumită valoare culturală atât pentru producători și comercianți, cât și pentru cumpărători precum filmul, presa și televiziunea, arhitectura și designul, literatura, concertele etc. (O'Connor 2000).

sector în care activează o parte importantă de angajați din sectorul industriilor culturale. Alta este aceea că societățile comerciale care au puncte de lucru în alte UAT-uri (Unități Administrativ Teritoriale) decât cele în care își au sediul social, figurează în dreptul acelui UAT în care își au sediul și nu al celor în care își au punctele de lucru. Cu alte cuvinte, o firmă cu sediul social în comuna Florești, dar cu punct de lucru în Cluj-Napoca, este înregistrată în comuna Florești, inclusiv cu angajații și cifra de afaceri a punctului de lucru din Cluj-Napoca. Cu toate aceste deficiențe, datele sunt relevante, în special prin prisma trendului pe care îl evidențiază.

În cazul evoluției indicatorilor măsurați în unități monetare (cifra de afaceri și profitul net), valorile acestora pentru anul 2020 au fost actualizate pe baza *Indicelui prețurilor de consum*, în raport cu anul 2019. Astfel, evoluția este măsurată în termeni reali față de anul 2019, ultimul an dinaintea pandemiei COVID-19.

Domeniile de activitate incluse în SCC și analizate sunt cele care au fost utilizate și în cadrul studiului anterior, din 2019 (vezi Oltean et al. 2021) și corespund domeniilor nomenclatorului CAEN rev. 2 la nivel de 4 cifre (a se vedea Anexa A).

Analiza acoperă Municipiul Cluj-Napoca și cele 19 comune din Zona Metropolitană Cluj (ZMC): Aiton, Apahida, Baci, Bontida, Borșa, Căianu, Chinteni, Ciurila, Cojocna, Feleacu, Florești, Gilău, Gârbău, Jucu, Petrești de Jos, Sânpaul, Săvădisla, Tureni și Vultureni. Totodată, analiza surprinde evoluția indicatorilor economici și pe cele patru domenii analizate în studiul din 2019: Film, Design, Muzică și Editorial, publicistică și piața de carte.

Față de analiza realizată în 2019, studiul este completat cu o analiză comparativă privind ponderea și evoluția în 2020 a sectorului industriilor culturale în Cluj-Napoca și în alte cinci municipii din România incluse în Cultural and Creative Cities Monitor 2017: Baia Mare, București, Iași, Sibiu și Timișoara.

3.2.2 ANALIZĂ DE ANSAMBLU ASUPRA EVOLUȚIEI ACTIVITĂȚII ECONOMICE A SECTORULUI INDUSTRIILOR CULTURALE ȘI CREATIVE DIN ZONA METROPOLITANĂ CLUJ ÎN PRIMUL AN AL PANDEMIEI COVID-19

Pentru a înțelege mai bine dimensiunea și contextul economic al Zonei Metropolitane Cluj (ZMC), tabelul de mai jos oferă o perspectivă generală asupra rezultatelor economice ale unităților economice active și a numărului de profesioniști din ZMC:

Tabel 1: Situația de ansamblu privind populația, unitățile economice active și profesioniștii din Zona Metropolitană Cluj în 2020

Situația principalilor indicatori ai unităților economice active din Zona Metropolitană Cluj în 2020						
Unitate de referință	Populație 2020	Nr. persoane juridice 2020	Profesioniștii cu formă juridică F 2020	Nr. salariați 2020	Cifra de afaceri 2020 (mii lei)	Profit net 2020 (mii lei)
Total ZMC	445.736	37.849	12.368	166.039	63.383.334	7.517.370
Cluj-Napoca	327.360	30.165	9.168	141.052	53.310.906	6.542.297
% Cluj-Napoca din total ZMC	73,4%	79,7%	74,1%	85,0%	84,1%	87,0%
Comune ZMC	118.376	7.684	3.200	24.987	10.072.427	975.072
% Comune din total ZMC	26,6%	20,3%	25,9%	15,0%	15,9%	13,0%

În 2020 în ZMC își aveau domiciliul peste 445 de mii de persoane, cea mai mare parte, aproximativ 73% fiind concentrată în municipiul Cluj-Napoca. Municipiul concentra însă și mai mult din activitatea economică, aproximativ 80% din cele 37.849 de firme (unități economice active) din ZMC avându-și sediul în Cluj-Napoca, aceste firme generând peste 84% din cifra de afaceri a zonei metropolitane, peste 87% din profit și având înregistrați 85% dintre angajați.

Imaginea de ansamblu asupra economiei ZMC și a ponderii acesteia în economia națională este dată de tabelul de mai jos. Tabelul surprinde de asemenea și ponderea sectorului cultural și creativ în totalul economiei ZMC, dar și în totalul sectorului cultural și creativ la nivel național.

Tabel 2: Principalii indicatori economici la nivelul ZMC și la nivel național în 2020

Principalii indicatori economici la nivelul ZMC și la nivel național în 2020					
Unitate de referință	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F 2020	Nr. salariați	Cifra de afaceri (mii lei)	Profit net (mii lei)
Cluj-Napoca – total	30.165	9.168	141.052	53.310.906	6.542.297
Comune ZMC – total	7.684	3.200	24.987	10.072.427	975.072
ZMC total	37.849	12.368	166.039	63.383.334	7.517.370
Național – total	768.778	432.084	3.990.310	1.656.408.737	149.128.650
Cluj-Napoca – SCC	2.567	769	4.287	1.095.714	180.469
Comune ZMC – SCC	510	316	719	186.123	27.824
ZMC – SCC	3.077	1.085	5.006	1.281.837	208.293
National – SCC	49.855	20.551	88.443	25.359.026	4.778.002
% SCC Cluj-Napoca din total Cluj-Napoca	8,5%	8,4%	3,0%	2,1%	2,8%
% SCC Cluj-Napoca din total SCC CMC	83,4%	70,9%	85,6%	85,5%	86,6%
% SCC Comune ZMC din total Comune ZMC	6,6%	9,9%	2,9%	1,8%	2,9%
% SCC Comune din total SCC ZMC	16,6%	29,1%	14,4%	14,5%	13,4%
% SCC ZMC din total ZMC	8,1%	8,8%	3,0%	2,0%	2,8%
% SCC ZMC din total național	0,4%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%
% SCC National din total național	6,5%	4,8%	2,2%	1,5%	3,2%
% SCC Cluj-Napoca din total național	0,3%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%
% SCC ZMC din SCC național	6,2%	5,3%	5,7%	5,1%	4,4%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

În 2020, la nivel local (Cluj-Napoca), 8,5% din numărul total de unități economice active și 8,4% din numărul de profesioniști din Cluj-Napoca activau în SCC. Acest sector concentra însă doar 3% din totalul numărului de salariați ai unităților economice active (unități private/firme) și genera doar 2,1% din cifra de afaceri și 2,8% din profit. La nivelul comunelor, ponderea unităților economice active, a cifrei de afaceri și a profitului SCC era în medie mai mică în 2020 decât la nivelul municipiului Cluj-Napoca, în

timp ce ponderea numărului de profesioniști este mai mare decât la nivelul municipiului, ceea ce indică preponderența în comune a unităților de dimensiuni mai mici, care reunesec în mare parte asociații de liber profesioniști. În același timp, ponderea cifrei de afaceri a sectorului cultural și creativ din comunele ZMC este apropiată (2,9%) de cea din municipiu.

La nivelul ZMC, cea mai mare parte a SCC rămâne însă concentrată în municipiul Cluj-Napoca (peste 83% în cazul majorității indicatorilor, exceptând numărul de profesioniști). Se observă însă că, atât la nivelul municipiului Cluj-Napoca, cât și a comunelor din ZMC, ponderea sectorului industriilor culturale și creative în totalul economiei este mai mare decât ponderea acestui sector în totalul economiei naționale, indiferent de indicator (număr unități, profesioniști ș.a.m.d.). În totalul economiei naționale, ponderea SCC din ZMC este însă una scăzută: 0,3% din numărul total de unități economice active la nivel național, 0,2% din numărul de profesioniști de la nivel național și 0,1% din numărul total de salariați, din cifra totală de afaceri și din profitul net total de la nivel național. Din totalul SCC de la nivel național, ZMC concentra în 2020 peste 6% din numărul de unități economice active (firme), 5,3% din numărul total de profesioniști, 5,7% din numărul total de salariați, 5,1% din cifra de afaceri și 4,4% din profitul net.

Pe fondul pandemiei COVID-19, în 2020, economia a scăzut, atât la nivel general, cât și la nivelul SCC. Se observă însă că, dacă la nivelul municipiului Cluj-Napoca și la nivel național, numărul total de salariați, cifra de afaceri totală și profitul net total au scăzut în termeni reali, la nivelul comunelor din ZMC, acești indicatori au crescut în medie: 2,6% creștere a numărului total de salariați, 3,9% a cifrei de afaceri și 8,9% a profitului. Datorită ponderii mari a economiei municipiului Cluj-Napoca în totalul economiei ZMC, la nivelul ZMC, acești indicatori au scăzut.

De remarcat și faptul că scăderea indicatorilor economici la nivelul municipiului Cluj-Napoca și a ZMC este mai mică decât cea înregistrată la nivel național, ceea ce relevă în primă fază (cea de impact), un nivel mai mare de reziliență a economiei ZMC la pandemia COVID-19 decât a economiei naționale.

Tabel 3: Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019

Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019					
Unitate de referință	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F	Nr. salariați	Cifra de afaceri	Profit net
Cluj-Napoca – total	1,3%	3,0%	-3,4%	-5,8%	-4,4%
Comune ZMC – total	6,8%	8,8%	2,6%	3,9%	8,9%
ZMC total	2,4%	4,5%	-2,6%	-4,4%	-2,9%
Național – total	0,7%	3,7%	-6,2%	-7,0%	-0,6%
Cluj-Napoca – SCC	1,0%	5,5%	-3,7%	-14,7%	-2,0%
Comune ZMC – SCC	5,8%	5,3%	-9,2%	-0,2%	5,5%
ZMC – SCC	1,8%	5,4%	-4,5%	-12,9%	-1,0%
National – SCC	0,5%	7,8%	-7,2%	-11,8%	-8,7%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

În Cluj-Napoca, în cazul SCC, numărul de salariați și cifra de afaceri au scăzut în 2020 față de 2019 mai mult decât au scăzut la nivelul economiei locale per ansamblu (-3,7% și -14,7). În cazul cifrei de afaceri din SCC, scăderea în Cluj-Napoca (-14,7%) este mai mare decât scăderea cifrei de afaceri a sectorului la nivel național (-11,85%). În cazul salariaților, scăderea este mai mică în Cluj-Napoca (-3,7%) decât la nivel național (-7,2%), însă în cazul comunelor din zona ZMC este mai mare (-9,2% în medie), decât cea de la nivel național. În același timp, dacă în cazul municipiului și al nivelului național, profitul net al SCC a scăzut, în cazul comunelor din ZMC, profitul net a crescut (cu 5,5% în termeni reali) în 2020 față de 2019. Interesant de observat este însă faptul că, la nivel general, numărul de firme (unități economice active) și de profesioniști a crescut în 2020 față de 2019, creșterile fiind mai mari în Cluj-Napoca și în comunele din ZMC (6,8% și 8,8%). În cazul numărului de firme din SCC, creșterea numărului de firme din comune este mai mare decât în Cluj-Napoca și la nivel național, iar în Cluj-Napoca este mai mică decât la nivel național. De asemenea, numărul de profesioniști în SCC, atât la nivelul municipiului, cât și în medie, la nivelul comunelor din ZMC a crescut mai puțin decât la nivel național.

Analiza detaliată pe coduri ale activității economice (codul principal de activitate) relevă evoluții interesante în interiorul sectorului *Industriilor culturale*. În cazul indicatorului privind **numărul de unități economice** (număr persoane juridice/firme) **active**, cel mai afectat domeniu la nivelul ZMC a fost 6391-*Activități ale agenților de știri*. Trebuie luat în considerare însă faptul că scăderea este de la 3 la 2 unități. Per ansamblu, numărul firmelor a scăzut în 8 din cele 22 de domenii ale sectorului, și anume: 476 - *Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate* (de la 60, la 57), 900 *Activități de creație și interpretare artistică* (de la 268, la 258), 181 *Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi* (de la 205, la 200), 7420-*Activități fotografice* (de la 257, la 251), 7430-*Activități de traducere* (de la 104, la 102), 581 *Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare* (de la 182, la 181), 7111-*Activități de arhitectură* (de la 424, la 423). Pe de altă parte, **numărul de firme a crescut** în primul an al pandemiei COVID-19 în ZMC în 16 domenii ale sectorului *Industriilor culturale*, dintre care cel mai mult în: 5920-*Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală* (de la 34, la 41), 5821-*Activități de editare a jocurilor de calculator* (de la 27, la 30), 6010-*Activități de difuzare a programelor de radio* (de la 2, la 3), 731 *Publicitate* (de la 561, la 599), 7410-*Activități de design specializat* (de la 272, la 287), 8552-*Învățământ în domeniul cultural (limbi străine, muzică, teatru, dans, arte plastice, etc.)*, 9329-*Alte activități recreative și distractive n.c.a.* (de la 309, la 318) etc. La nivel național, numărul firmelor a scăzut cel mai mult în domeniile: 7722-*Închirierea de casete video și discuri (CD-uri, DVD-uri)*, 1820-*Reproducerea înregistrărilor*, 476 *Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate*, 181 *Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi*. Numărul de firme a crescut în 2020 la nivel național în următoarele domenii ale sectorului *Industriilor culturale*: 5821-*Activități de editare a jocurilor de calculator*, 3220-*Fabricarea instrumentelor muzicale*, 7021-*Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării*, 57410-*Activități de design specializat*, 920-*Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală*, 8552-*Învățământ în domeniul cultural (limbi străine, muzică, teatru, dans, arte plastice etc.)* etc.

În cazul **profesioniștilor**, în cazul ZMC, **numărul** acestora **a scăzut** în 4 din cele 22 de domenii: 5920-*Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală*, 181 *Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi*, 9329-*Alte activități recreative și distractive n.c.a.*, 581 *Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare*, 7111-*Activități de arhitectură*. Se poate observa că în unele domenii a scăzut atât numărul de firme, cât și cel de profesioniști (181 *Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi*, 581 *Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare*, 9329-*Alte activități recreative și distractive n.c.a.*), ceea ce indică declinul evident al acestor domenii, în timp ce **în alte domenii, scăderea numărului de firme se corelează cu creșterea numărului de profesioniști și viceversa**, ceea ce indică **o posibilă transformare a afacerilor în respectivele domenii pentru a face mai bine față crizei generate de pandemie**: 5920-*Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală*, 900 *Activități de creație și interpretare artistică*, 7420-*Activități fotografice*, 9329-*Alte activități recreative și distractive n.c.a.*, 7111-*Activități de arhitectură*.

Comparând evoluția numărul de unități economice active și de profesioniști din SCC din Zona Metropolitană Cluj cu evoluția acelorași indicatori la nivel național, în cazul multor domenii, observăm lipsa corelației între anumiți indicatori: fie se înregistrează creștere la nivelul ZMC și scădere la nivel național, fie viceversa. Se remarcă evoluțiile contradictorii ale indicatorilor la nivel ZMC și la nivel național în cazul domeniilor: *581-Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare*, *5920-Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală*, *6010-Activități de difuzare a programelor de radio*, *7111-Activități de arhitectură*. În cazul domeniului *7111-Activități de arhitectură*, la nivelul ZMC se constată o scădere ușoară a numărului de unități economice și o creștere de 100% a numărului de profesioniști, în timp ce la nivel național se constată o creștere ușoară a numărului de firme și o scădere a numărului de profesioniști.

Domeniile în care evoluțiile la nivelul ZMC se corelează cu cele de la nivel național – creștere atât a numărului de unități economice, cât și a numărului de profesioniști - sunt: *476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate*, *591-Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune*, *7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării*, *731-Publicitate*, *7410-Activități de design specializat*, *7420-Activități fotografice*, *7430-Activități de traducere scrisă și orală (interpreți)*, *8552-Învățământ în domeniul cultural (limbi străine, muzică, teatru, dans, arte plastice etc.)* și *900-Activități de creație și interpretare artistică*. În aceste domenii, corelarea creșterii de la nivel local (ZMC) cu creșterea de la nivel național poate indica posibila evoluție crescătoare pe termen mediu, respectiv adaptarea la noul context și identificarea unor noi oportunități de transformare și de creștere. Pe de altă parte, discrepanțele între evoluția la nivel local și cea de la nivel național indică impactul negativ al șocului suferit în contextul pandemiei, incapacitatea de adaptare rapidă și nevoia de transformare în respectivele domenii.

La nivelul ZMC, **numărul de salariați** a scăzut per ansamblu (-4,5%), 13 din cele 22 de domenii înregistrând scădere. Excluzând domeniile în care exista un salariat în 2019 și care au ajuns la 0 în 2020 (*6391-Activități ale agențiilor de știri* și *7722-Închirierea de casete video și discuri (CD-uri, DVD-uri)*), cele mai mari scăderi ale numărului de salariați s-au înregistrat în: *476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate* (de la 154, la 106), *591-Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune* (de la 196, la 150), *9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a.* (de la 351, la 275), *7420-Activități fotografice* (de la 228, la 183), *7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării* (de la 90, la 78), *731-Publicitate* (de la 1237, la 1078). În cazul unora dintre domeniile în care numărul salariaților a scăzut, scăderea este compensată total sau parțial de creșterea numărului de profesioniști, indicând o posibilă transformare și adaptare a domeniilor la noul context: *591-Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune*, *7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării*, *731-Publicitate*, *7420-Activități fotografice*, *7430-Activități de traducere scrisă și orală (interpreți)* și *900-Activități de creație și interpretare artistică*.

Pe de altă parte, numărul de salariați a crescut în 9 domenii, cele mai mari creșteri înregistrându-se în: *6020-Activități de difuzare a programelor de televiziune* (de la 144, la 351), *5821-Activități de editare a jocurilor de calculator* (de la 56, la 79), *910-Activități ale bibliotecilor, arhivelor, muzeelor și alte activități culturale* (de la 67, la 84).

Comparativ cu nivelul național, scăderea numărului de salariați la nivelul ZMC se corelează în 13 domenii: *181-Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi*, *476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate*, *581-Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare*, *581-Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare*, *591-Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune*, *5920-Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală*, *7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării*, *731-Publicitate*, *7420-Activități fotografice*, *7430-Activități de traducere scrisă și orală (interpreți)*, *7722-Închirierea de casete video și discuri (CD-uri, DVD-uri)*, *900-Activități de creație și interpretare artistică* și *9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a.* Corelarea scăderii în aceste domenii a numărului de salariați la nivelul ZMC și la nivel național poate fi un indicator al impactului negativ și probabil pe termen mediu al pandemiei asupra lor.

La nivelul ZMC, **cifra de afaceri** a crescut în termeni reali în doar 5 domenii din SCC, și anume: 476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate, 5821-Activități de editare a jocurilor de calculator, 910-Activități ale bibliotecilor, arhivelor, muzeelor și alte activități culturale, 6020-Activități de difuzare a programelor de televiziune, 6010-Activități de difuzare a programelor de radio. În cazul domeniului 476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate, o posibilă explicație a creșterii exponențiale a cifrei de afaceri, în condițiile scăderii numărului de firme și de salariați, poate fi trecerea la vânzarea online.

În toate celelalte 17 domenii, cifra de afaceri a scăzut, cele mai mari scăderi înregistrându-se în: 900-Activități de creație și interpretare artistică (-93%), 9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a. (-45%), 7420-Activități fotografice (-34,7%), 7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării (-34,3%).

La nivel național, cifra de afaceri a crescut de asemenea în cinci domenii, dintre care în trei domenii în care a crescut și la nivelul ZMC, și anume: 476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate, 5821-Activități de editare a jocurilor de calculator, 6020-Activități de difuzare a programelor de televiziune. În celelalte 17 domenii, cifra de afaceri a scăzut la nivel național, scăderea medie fiind ușor mai mică (-11,8%) decât cea înregistrată la nivel ZMC (-12,9%). Interesantă este creșterea exponențială a cifrei de afaceri la nivel ZMC, dar și la nivel național în domeniul 476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate, domeniu în care, deși numărul de firme și de salariați (și de profesioniști la nivelul ZMC) a scăzut, cifra de afaceri a crescut în primul an de pandemie.

În privința profitului net în SCC, analiza evoluției în termeni reali a acestuia relevă la nivelul ZMC o scădere medie mai puțin pronunțată (-1%) decât cea a cifrei de afaceri (-12,95%). Profitul net a crescut în 12 domenii, dintre care în 6 domenii în care și cifra de afaceri a crescut: - 6020-Activități de difuzare a programelor de televiziune, 5821-Activități de editare a jocurilor de calculator, 476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate, 1820-Reproducerea înregistrărilor, 910-Activități ale bibliotecilor, arhivelor, muzeelor și alte activități culturale, 7410-Activități de design specializat, 6010-Activități de difuzare a programelor de radio. Din această perspectivă, respectivele domenii nu par să fi fost afectate negativ de pandemia COVID-19 în ceea ce privește rezultatele activității economice (cifra de afaceri/venituri și profit), adaptându-se și reușind să își eficientizeze activitatea. Acest lucru a fost posibil și datorită specificului lor, specific ce permite fie vânzarea online, fie desfășurarea activității în regim de telemuncă. În alte 6 domenii, profitul net a crescut, deși cifra de afaceri a scăzut: 181-Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi, 581-Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare, 6391-Activități ale agențiilor de știri, 7111-Activități de arhitectură, 731-Publicitate, 7410-Activități de design specializat. În cazul primelor trei dintre domenii s-au înregistrat scăderi și în cazul celorlalți indicatori (număr firme, număr profesioniști și număr salariați) ceea ce poate indica impactul negativ semnificativ al pandemiei asupra lor. În alte 17 domenii, profitul net a scăzut, între care cel mai mult în: 7722-Închirierea de casete video și discuri (CD-uri, DVD-uri) (-88,6%), 900-Activități de creație și interpretare artistică (-74,4%), 3220-Fabricarea instrumentelor muzicale (-53,7%), 9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a. (-40,9%), 5920-Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală (-31,1%). La nivel național, profitul net în SCC a scăzut în medie mai mult decât la nivelul ZMC (-8,7%), scăderi înregistrându-se în 17 din cele 22 de domenii. În opt dintre ele, scăderea la nivel profitului net la nivelul ZMC se suprapune cu scăderea la nivel național.

Tabel 4: Evoluția detaliată a domeniilor din sectorul cultural și creativ în ZMC și la nivel național în 2020 față de 2019

Cod CAEN	ZMC				
	Evoluție 2019 - 2020				
	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F	Nr. salariați	Cifra de afaceri	Profit net
181 Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi	-2,4%	-11,8%	-4,1%	-6,8%	15,4%
1820-Reproducerea înregistrărilor	0,0%	0,0%	0,0%	7,6%	47,4%
3220-Fabricarea instrumentelor muzicale	0,0%	0,0%	33,3%	-14,6%	-53,7%
476 Comerț cu amănuntul de bunuri culturale si recreative, în magazine specializate	-5,0%	0,0%	-31,2%	544,0%	7,3%
581 Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor si alte activități de editare	-0,5%	-5,7%	-12,9%	-18,2%	9,4%
5821-Activități de editare a jocurilor de calculator	11,1%	0,0%	41,1%	104,5%	104,5%
591 Activități de producție cinematografică, video si de programe de televiziune	3,8%	4,2%	-11,6%	-8,1%	-16,6%
5920-Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală	20,6%	-14,3%	-12,0%	-13,2%	-31,1%
6010-Activități de difuzare a programelor de radio	11,1%	0,0%	6,3%	2,0%	1,3%
6020-Activități de difuzare a programelor de televiziune	0,0%	0,0%	143,8%	20,1%	154,3%
6391-Activități ale agențiilor de știri	-33,3%	0,0%	-100,0%	-11,1%	61,8%
7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării	1,3%	12,8%	-13,3%	-34,3%	-12,5%
7111-Activități de arhitectură	-0,2%	100,0%	0,9%	-0,3%	5,0%
731 Publicitate	6,8%	22,5%	-12,9%	-17,4%	2,8%
7410-Activități de design specializat	5,5%	6,1%	5,0%	-26,8%	-19,7%
7420-Activități fotografice	-2,3%	3,3%	-19,7%	-34,7%	-28,5%
7430-Activități de traducere scrisă și orală (interpreți)	-1,9%	3,1%	-12,3%	-11,5%	2,0%
7722-Închirierea de casete video și discuri (CD-uri, DVD-uri)	0,0%	0,0%	-100,0%	-11,2%	-88,6%
8552-Învățământ în domeniul cultural (limbi străine, muzică, teatru, dans, arte plastice etc.)	4,7%	7,2%	1,9%	-21,9%	19,6%
900 Activități de creație și interpretare artistică	-3,7%	6,9%	-23,5%	-93,1%	-74,4%
910 Activități ale bibliotecilor, arhivelor, muzeelor și alte activități culturale	0,0%	0,0%	25,4%	40,8%	70,5%
9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a.	2,9%	-5,5%	-21,7%	-45,0%	-40,9%
Total SCC	1,8%	5,3%	-4,5%	-12,9%	-1,0%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

Cod CAEN	Nivel Național				
	Evoluție 2019 - 2020				
	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F	Nr. salariați	Cifra de afaceri	Profit net
181 Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi	-3,7%	6,3%	-5,6%	-13,0%	-14,4%
1820-Reproducerea înregistrărilor	-9,9%	2,9%	-3,1%	-23,2%	43,1%
3220-Fabricarea instrumentelor muzicale	4,9%	3,5%	-17,0%	-40,0%	-64,9%
476 Comerț cu amănuntul de bunuri culturale si recreative, în magazine specializate	-6,8%	0,8%	-13,4%	2,1%	-4,3%
581 Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor si alte activități de editare	-3,3%	5,5%	-14,8%	-13,0%	-12,7%
5821-Activități de editare a jocurilor de calculator	17,4%	30,4%	11,8%	36,5%	62,3%
591 Activități de producție cinematografică, video si de programe de televiziune	0,9%	4,8%	-6,2%	-11,2%	-10,9%
5920-Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală	4,5%	6,2%	-1,1%	-11,8%	-31,0%
6010-Activități de difuzare a programelor de radio	-3,7%	18,2%	-9,0%	-3,4%	-40,8%
6020-Activități de difuzare a programelor de televiziune	-2,7%	16,7%	8,6%	5,5%	53,8%
6391-Activități ale agențiilor de știri	-4,8%	7,7%	-13,4%	-24,6%	-70,8%
7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării	9,9%	8,9%	-12,2%	-14,2%	30,1%
7111-Activități de arhitectură	1,4%	-4,8%	1,2%	2,6%	-0,4%
731 Publicitate	3,0%	24,4%	-11,6%	-10,9%	-3,0%
7410-Activități de design specializat	7,4%	11,1%	-2,7%	1,8%	3,0%
7420-Activități fotografice	-1,6%	5,2%	-2,1%	-17,6%	-18,0%
7430-Activități de traducere scrisă și orală (interpreți)	-1,5%	4,2%	-13,5%	-14,8%	-10,5%
7722-Închirierea de casete video și discuri (CD-uri, DVD-uri)	-13,3%	0,0%	-57,1%	-10,0%	-78,0%
8552-Învățământ în domeniul cultural (limbi străine, muzică, teatru, dans, arte plastice etc.)	3,6%	6,7%	-7,3%	-17,4%	-8,6%
900 Activități de creație și interpretare artistică	-1,9%	7,7%	-9,2%	-60,1%	-49,1%
910 Activități ale bibliotecilor, arhivelor, muzeelor și alte activități culturale	-1,2%	3,2%	-8,2%	-8,4%	-9,0%
9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a.	-1,3%	6,0%	-5,9%	-40,3%	-45,6%
Total SCC	0,5%	7,8%	-7,2%	-11,8%	-8,7%

Așadar, analiza detaliată/pe domenii a evoluției indicatorilor privind unitățile economice și profesioniștii din SCC din ZMC relevă scăderea/reducerea activității economice în 2020, primul an al Pandemiei COVID-19, în cazul celor mai multe dintre domenii. Dintre acestea, cele mai mari reduceri (scăderea simultană a numărului de salariați, cifrei de afaceri și profitului net) le-au înregistrat: 591-Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune, 5920-Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală, 7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării, 7420-Activități fotografice, 7722-Închirierea de casete video și discuri (CD-uri, DVD-uri), 900 Activități de creație și interpretare artistică, 9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a. Dintre toate însă, în 2020, domeniile 900-Activități de creație și interpretare artistică și 9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a. au înregistrat cele mai mari scăderi, atât la nivelul ZMC, cât și la nivel național, ceea ce relevă impactul negativ puternic al Pandemiei COVID-19 asupra acestor domenii.

3.2.3 EVOLUȚIA INDICATORILOR ECONOMICI ÎN DOMENIILE FILM, DESIGN, MUZICĂ ȘI EDITARE/PUBLICARE LA NIVELUL ZMC ȘI NAȚIONAL ÎN 2020 FAȚĂ DE 2019

În continuarea studiului din 2019, această analiză încearcă să surprindă evoluția economică în primul an al pandemiei COVID-19 în patru domenii: Film, Design, Muzică și Editare/Publicare. Domeniile de activitate economică incluse în aceste categorii sunt cele care au fost utilizate și în cadrul studiului anterior (Oltean et al. 2021) și corespund domeniilor nomenclatorului CAEN rev. 2 la nivel de 4 cifre (a se vedea Anexa B).

Film

Raportat la totalul domeniului *Film* la nivel național, Cluj-Napoca deținea în 2020 3,4% din numărul de unități economice active/firme și 3,2% din numărul de profesioniști. În cazul numărului de salariați și al cifrei de afaceri, ponderea este mai mare, respectiv 4,9% și 5,7%. Domeniul *Filmului* din întreaga Zonă Metropolitană Cluj are o pondere puțin mai mare în totalul industriei filmului la nivel național, însă diferențele sunt mici, ceea ce relevă concentrarea acestui domeniu în municipiul Cluj-Napoca.

Tabel 5: Filmul - principalii indicatori economici la nivelul ZMC și la nivel național în 2020

Filmul - principalii indicatori economici la nivelul ZMC și la nivel național în 2020					
Unitate de referință	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F 2020	Nr. salariați 2020	Cifra de afaceri 2020 (mii lei)	Profit net 2020 (mii lei)
Cluj-Napoca	153	24	512	245.327	32.171
Comune ZMC	41	6	27	4.786	2.339
ZMC	194	30	539	250.113	34.509
Național	4.559	744	10.368	4.317.364	1.014.718
% Film Cluj-Napoca din Total Film Național	3,4%	3,2%	4,9%	5,7%	3,2%
% Film ZMC din Total Film Național	4,3%	4,0%	5,2%	5,8%	3,4%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

În 2020, numărul de firme în domeniul *Filmului* a crescut față de 2019 atât la nivelul ZMC, cât și la nivel național. În cadrul ZMC, creșterea numărului de firme este mai mare în cazul municipiului Cluj-Napoca (de la 146, la 153) decât creșterea medie a comunelor (de la 40, la 41). Mai mult, în cazul comunelor, numărul de profesioniști a scăzut în medie cu 25% (de la 8, la 6), în timp ce în municipiu, numărul de profesioniști a crescut (de la 22, la 24). Numărul de salariați în domeniul *Filmului* a crescut semnificativ în Cluj-Napoca (cu 77,8%, adică de la 288, la 512), în timp ce în comune, numărul de salariați a scăzut în medie cu 35,7% (de la 42, la 27). Cifra de afaceri și profitul net au crescut de asemenea mai mult în Cluj-Napoca decât au crescut în medie în comunele din ZMC.

Tabel 6: Film - Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019

Film - Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019					
Unitate de referință	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F	Nr. salariați	Cifra de afaceri	Profit net
Cluj-Napoca	4,8%	9,1%	77,8%	22,4%	79,0%
Comune ZMC	2,5%	-25,0%	-35,7%	19,3%	48,1%
ZMC	4,3%	0,0%	63,3%	22,3%	76,5%
Național	1,6%	6,3%	0,3%	-3,2%	5,5%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

Comparând evoluția domeniului *Filmului* de la nivelul ZMC cu cea de la nivel național, se poate observa că în 2020, față de 2019, la nivelul ZMC s-a înregistrat o creștere mai mare decât la nivel național a tuturor indicatorilor. Mai mult, la nivel național, cifra de afaceri în domeniul filmului a scăzut (-3,2%). Remarcabilă este creșterea numărului de salariați (63,3%) și a cifrei de afaceri (22,3%) în ZMC în domeniul *Filmului*.

Design

În cazul domeniului *Design*, în 2020, ZMC deținea 9% din numărul de firme și 7,5% din numărul de profesioniști din domeniul de la nivel național. De asemenea, 8,1% din totalul numărului de salariați de la nivel național din domeniul *Design*, figurau ca fiind angajați ai unor firme din (cu sediul social) în ZMC. Cifra de afaceri din domeniul *Design* din ZMC reprezenta în 2020 8,6% din cifra de afaceri din domeniul la nivel național, iar profitul reprezenta 7,4%.

Tabel 7: Design - principalii indicatori economici la nivelul ZMC și la nivel național în 2020

Design - principalii indicatori economici la nivelul ZMC și la nivel național în 2020					
Unitate de referință	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F 2020	Nr. salariați 2020	Cifra de afaceri 2020 (mii lei)	Profit net 2020 (mii lei)
Cluj-Napoca	238	115	225	60.768	11.139
Comune ZMC	49	25	28	4.005	1.799
ZMC	287	140	253	64.773	12.938
Național	3.204	1.875	3.112	753.977	174.659
% Design Cluj-Napoca din Total Design Național	7,4%	6,1%	7,2%	8,1%	6,4%
% Design ZMC din Total Design Național	9,0%	7,5%	8,1%	8,6%	7,4%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

Evoluția numărului de firme și de profesioniști în domeniul *Design* în 2020 față de 2019 este pozitivă atât la nivelul ZMC, cât și la nivel național. Pe de altă parte însă, creșterea acestor indicatori la nivel național este superioară celei de la nivelul ZMC, respectiv de la nivelul municipiului Cluj-Napoca. În cazul comunelor din ZMC, deși dețin o pondere mică în totalul domeniului design la nivelul ZMC, numărul de firme și de profesioniști a crescut în 2020 față de 2019 mai mult decât a crescut la nivel național. Această evoluție poate indica o transformare/adaptare a domeniului, respectiv relocarea unei părți a activității economice din domeniul *Design* din Cluj-Napoca (în special a unităților economice mici), în comunele din vecinătate/zona de influență/ZMC. Totodată, numărul de salariați în domeniul design a scăzut în medie în comunele din ZMC (-9,7%), în timp ce în Cluj-Napoca, numărul de salariați în acest domeniu a crescut (+7,1%). În acest context, la nivelul ZMC, numărul total de salariați în domeniul *Design* a crescut cu 5%, în timp ce la nivel național, numărul de salariați în domeniu a scăzut. În cazul cifrei de afaceri în domeniul *Design*, aceasta a scăzut în 2020 față de 2019 în Cluj-Napoca (-28,1%), dar a crescut în medie în comunele din ZMC (1,5%), creștere ce este însă ușor inferioară celei de la nivel național. Așadar, la nivelul ZMC, cifra de afaceri în domeniul *Design* a scăzut cu 26,8%, în timp ce la nivel național a crescut cu 1,8%. Profitul net a scăzut atât în Cluj-Napoca, cât și în medie în comunele din ZMC. Același trend se poate observa și la nivel național.

Tabel 8: Design - Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019

Design - Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019					
Unitate de referință	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F	Nr. salariați	Cifra de afaceri	Profit net
Cluj-Napoca	3,9%	5,5%	7,1%	-28,1%	-22,1%
Comune ZMC	14,0%	8,7%	-9,7%	1,5%	-0,3%
ZMC	5,5%	6,1%	5,0%	-26,8%	-19,7%
Național	7,4%	11,1%	-2,7%	1,8%	3,0%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

În concluzie, în 2020 față de 2019, activitatea economică în domeniul *Design* a înregistrat scăderi ale cifrei de afaceri și profitului la nivelul ZMC, în timp ce la nivel național, cu excepția numărului de salariați, activitatea economică a crescut, iar nivelul de creștere al numărului de firme și de profesioniști este superior celui de la nivelul ZMC.

Muzică

În 2020 la nivelul ZMC, activau 6,2% din numărul total de firme și 4,7% din numărul total de profesioniști din România în domeniul *Muzicii*. 5,7% din salariați, 4,8% din cifra de afaceri și 4,6% din profitul net de la nivel național în domeniul *Muzicii* erau concentrate de asemenea în ZMC. Ca și în cazul celorlalte domenii, cea mai mare parte activității economice în domeniul *Muzicii* era concentrată în Cluj-Napoca.

Tabel 9: Muzică - principalii indicatori economici la nivelul ZMC și la nivel național în 2020

Muzică - principalii indicatori economici la nivelul ZMC și la nivel național în 2020					
Unitate de referință	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F 2020	Nr. salariați 2020	Cifra de afaceri 2020 (mii lei)	Profit net 2020 (mii lei)
Cluj-Napoca	2.395	761	3.529	847.194	159.469
Comune ZMC	508	188	719	185.993	27.727
ZMC	2.903	949	4.248	1.033.187	187.196
Național	46.852	20.211	74.259	21.537.833	4.090.378
% Muzică Cluj-Napoca din Total Muzică Național	5,1%	3,8%	4,8%	3,9%	3,9%
% Muzică ZMC din Total Muzică Național	6,2%	4,7%	5,7%	4,8%	4,6%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

Față de 2019, în 2020, numărul de firme și de profesioniști în domeniul *Muzicii* a crescut atât la nivelul ZMC, cât și la nivel național. În ZMC, numărul firmelor a crescut în medie mai mult la nivelul comunelor decât la nivelul municipiului Cluj-Napoca, în timp ce numărul de profesioniști a crescut mai mult în Cluj-Napoca decât (în medie) în comunele din ZMC. În comparație cu nivelul național, numărul firmelor a crescut mai mult la nivelul ZMC, fie că este vorba despre municipiul Cluj-Napoca, fie că este vorba despre media comunelor din ZMC. În același timp însă, numărul de profesioniști în domeniul *Muzicii* a crescut mai mult la nivel național decât a crescut în ZMC.

Numărul de salariați, cifra de afaceri și profitul net au scăzut atât la nivelul ZMC, cât și la nivel național. În cazul numărului de salariați și al profitului net, scăderile la nivelul întregii ZMC sunt mai mici decât cele de la nivel național, în timp ce cifra de afaceri a înregistrat o scădere mai mare decât cea înregistrată la nivel național. În interiorul ZMC, numărul de salariați în domeniul *Muzicii* a scăzut în medie mai mult în cazul comunelor din ZMC (-9,2%) decât în Cluj-Napoca (-3%), în timp ce cifra de afaceri a scăzut mai mult în Cluj-Napoca (-15,1%) decât a scăzut în medie în comunele din ZMC (-0,2%). Profitul în domeniul muzicii a scăzut în Cluj-Napoca, dar a crescut în medie în comunele din ZMC.

Tabel 10: Muzică - Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019

Design - Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019					
Unitate de referință	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F	Nr. salariați	Cifra de afaceri	Profit net
Cluj-Napoca	3,9%	5,5%	7,1%	-28,1%	-22,1%
Comune ZMC	14,0%	8,7%	-9,7%	1,5%	-0,3%
ZMC	5,5%	6,1%	5,0%	-26,8%	-19,7%
Național	7,4%	11,1%	-2,7%	1,8%	3,0%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

Așadar și în domeniul *Muzicii* se observă în 2020 față de 2019 o scădere a rezultatelor activității economice ale firmelor din domeniu, atât la nivelul ZMC, cât și la nivel național. Scăderea este mai pronunțată la nivel național decât la nivelul ZMC în ceea ce privește numărul de salariați și profitul, dar este mai mare la nivelul ZMC decât la nivel național în cazul cifrei de afaceri. Totodată, la fel ca în cazul domeniilor anterioare, în 2020 numărul de firme și de profesioniști a crescut atât la nivelul ZMC, cât și la nivel național, creșterea fiind mai mare la nivelul ZMC în cazul numărului de firme, dar mai mare la nivel național, în cazul numărului de profesioniști. Atât la nivelul ZMC (Cluj-Napoca, în principal), cât și la nivel național, creșterea numărului de profesioniști este mai mare decât cea a numărului de firme, ceea ce poate indica o restructurare, respectiv o orientare a afacerilor în domeniul muzicii spre alte forme de organizare a activității economice: persoană fizică autorizată, întreprindere individuală, întreprindere familială.

Editare și Publicare

În 2020 ZMC concentra 13% din numărul de firme și 15,9% din numărul de profesioniști de la nivel național în domeniul *Editare și Publicare*. Din această perspectivă (a numărului de firme și de profesioniști), dintre cele patru domenii analizate, acesta reprezintă cea mai mare pondere din totalul domeniului la nivel național. De asemenea, tot din perspectiva numărului de firme și de profesioniști, în cazul domeniului *Editare și Publicare*, comunele din ZMC dețin o pondere mai mare în totalul ZMC, decât municipiul Cluj-Napoca. Numărul de salariați, cifra de afaceri și profitul net al firmelor din Cluj-Napoca în domeniul *Editare și Publicare* este însă mai mare decât valorile cumulate ale comunelor din ZMC, ceea ce indică existența unor unități economice mai mici în domeniu în comunele din ZMC.

Tabel 11: Editare / Publicare - principalii indicatori economici la nivelul ZMC și la nivel național în 2020

Editare / Publicare - principalii indicatori economici la nivelul ZMC și la nivel național în 2020					
Unitate de referință	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F 2020	Nr. salariați 2020	Cifra de afaceri 2020 (mii lei)	Profit net 2020 (mii lei)
Cluj-Napoca	398	38	1.148	408.105	30.490
Comune ZMC	501	184	704	185.129	27.708
ZMC	899	222	1.852	593.234	58.198
Național	6.889	1.396	25.238	6.829.983	1.000.527
% Editare / Publicare Cluj-Napoca din Total Editare / Publicare Național	5,8%	2,7%	4,5%	6,0%	3,0%
% Editare / Publicare ZMC din Total Editare / Publicare Național	13,0%	15,9%	7,3%	8,7%	5,8%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

În interiorul ZMC, atât numărul firmelor, cât și al profesioniștilor a scăzut în 2020 față de 2019 în domeniul *Editare și Publicare*, atât în Cluj-Napoca, cât și la nivel național. În cazul comunelor din ZMC, însă, numărul firmelor și al profesioniștilor a crescut în 2020. Numărul salariaților în domeniul *Editare și Publicare* a scăzut atât în Cluj-Napoca, cât și în comunele din ZMC (medie) și la nivel național. Scăderea numărului de salariați la nivelul ZMC este însă ușor mai mică decât scăderea la nivel național. Cifra de afaceri în domeniul *Editare și Publicare* a crescut în Cluj-Napoca, a rămas la același nivel în comunele din ZMC (în medie) și a scăzut la nivel național. De asemenea, profitul în domeniul *Editare și Publicare* a crescut în Cluj-Napoca și în comunele din ZMC, dar a scăzut la nivel național.

Tabel 12: Editare / Publicare - Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019

Editare / Publicare - Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019					
Unitate de referință	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F	Nr. salariați	Cifra de afaceri	Profit net
Cluj-Napoca	-1,2%	-11,6%	-9,2%	16,6%	1,0%
Comune ZMC	5,9%	4,0%	-9,5%	0,0%	6,0%
ZMC	2,6%	0,9%	-9,3%	10,9%	3,3%
Național	-4,2%	3,9%	-9,6%	-10,1%	-13,6%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

Aceste evoluții relevă că, deși pe fondul pandemiei COVID-19 domeniul *Editare și Publicare* a suferit din punct de vedere economic (scăderea numărului de salariați, a numărului de firme și profesioniști în Cluj-Napoca și a numărului de salariați în comunele din ZMC), scăderile în domeniu au fost mai mici decât la nivel național.

3.2.3 ANALIZĂ COMPARATIVĂ PRIVIND ACTIVITATEA ECONOMICĂ ÎN SECTORUL INDUSTRIILOR CULTURALE ȘI CREATIVE ÎN CLUJ-NAPOCA ȘI ALTE MUNICIPII DIN ROMÂNIA ÎN PERIOADA 2019 – 2020

Analiza comparativă privind ponderea și evoluția în 2020 a SCC în Cluj-Napoca și în alte cinci municipii din România (incluse în Cultural and Creative Cities Monitor, 2017; 2019) oferă o perspectivă mai clară asupra situației de moment (2020) și evoluției în primul an al pandemiei COVID-19 a SCC. Cum era de așteptat, dintre cele șase municipii comparate – Baia Mare, București, Iași, Cluj-Napoca, Sibiu și Timișoara – municipiul București este pe primul loc în cazul tuturor indicatorilor economici în ceea ce privește ponderea SCC în totalul economiei naționale, dar și în ceea ce privește ponderea în totalul sectorului la nivel național. Astfel, cifra de afaceri generată de SCC din municipiul București generează peste 37% din cifra de afaceri de la nivel național din acest sector, și concentrează peste 27% din totalul salariaților din sector. În cazul celorlalte municipii, poziția diferă de la un indicator la altul. Astfel, în cazul ponderii numărului de firme din SCC în totalul economiei locale, pe locul doi se situează Cluj-Napoca, urmat de Iași, Timișoara, Sibiu și Baia Mare. Cu excepția municipiului Baia Mare și Sibiu, în celelalte patru municipii, ponderea numărului de firme din SCC în totalul economiei locale este peste media numărului de firme din același sector în totalul economiei naționale. În cazul ponderii profesioniștilor din SCC în totalul numărului de profesioniști de la nivel local, locul 2 este ocupat de municipiul Iași, urmat de Cluj-Napoca, Timișoara, Sibiu și Baia Mare. În cazul ponderii salariaților din sectorul SCC în totalul economiei locale, pe locul 2 se situează Cluj-Napoca, urmat de Iași și Sibiu (aceeași pondere), Baia Mare și Timișoara. În mod surprinzător, Baia Mare și Timișoara au o pondere a numărului de salariați din SCC în totalul economiei locale mai mică decât ponderea numărului de salariați din acest sector în totalul economiei naționale. Cluj-Napoca și Iași se situează pe locul 2 în privința ponderii cifrei de afaceri a SCC în totalul economiei locale (2,1%), fiind urmate de Baia Mare, Sibiu și Timișoara. Sibiu și Timișoara sunt sub nivelul național în ceea ce privește ponderea cifrei de afaceri generate de SCC în totalul economiei locale. În ceea ce privește profitul net, pe locul 2 se situează municipiul Iași, urmat de Cluj-Napoca, Baia Mare, Sibiu și Timișoara. De remarcat că, în cazul profitului net, cu excepția municipiilor București și Iași, toate celelalte au o pondere a profitului SCC în totalul profitului din economia locală sub ponderea profitului acestui sector în totalul profitului net de la nivel național.

Tabel 13: Situație comparativă SCC Cluj-Napoca și alte municipii - 2020

Situație comparativă SCC Cluj-Napoca și alte municipii - 2020						
Unitate de referință	Populație	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F	Nr. salariați	Cifra de afaceri (mii lei)	Profit net (mii lei)
Baia Mare	144.996	6.537	4.037	39.998	10.823.538	868.773
% din național	0,7%	0,9%	0,9%	1,0%	0,7%	0,6%
SCC (SCC)		384	288	770	221.677	22.775
% SCC din local		5,9%	7,1%	1,9%	2,0%	2,6%
București	2.153.492	152.242	31.224	1.092.142	614.513.873	55.956.843
% din național	9,7%	19,8%	7,2%	27,4%	37,1%	37,5%
SCC (SCC)		16.080	2.987	37.662	16.458.040	2.862.740
% SCC din local		10,6%	9,6%	3,4%	2,7%	5,1%
Iași	387.834	15.339	7.649	75.899	20.798.169	2.542.419
% din național	1,7%	2,0%	1,8%	1,9%	1,3%	1,7%
SCC (SCC)		1.200	693	2.032	440.798	110.597
% SCC din local		7,8%	9,1%	2,7%	2,1%	4,4%
Cluj-Napoca	327.360	30.165	9.168	141.052	53.310.906	6.542.297
% din național	1,5%	3,9%	2,1%	3,5%	3,2%	4,4%
SCC (SCC)		2.567	769	4.287	1.095.714	180.469
% SCC din local		8,5%	8,4%	3,0%	2,1%	2,8%
Sibiu	168.314	9.215	4.724	52.743	16.147.631	1.531.474
% din național	0,8%	1,2%	1,1%	1,3%	1,0%	1,0%
SCC (SCC)		603	382	1.413	189.796	38.323
% SCC din local		6,5%	8,1%	2,7%	1,2%	2,5%
Timișoara	325.522	18.883	7.353	116.478	42.172.565	3.412.716
% din național	1,5%	2,5%	1,7%	2,9%	2,5%	2,3%
SCC (SCC)		1.415	600	2.020	323.944	80.570
% SCC din local		7,5%	8,2%	1,7%	0,8%	2,4%
Total național	22.191.818	768.778	432.084	3.990.310	1.656.408.737	149.128.650
SCC (SCC)		49.855	20.551	88.443	25.359.026	4.778.002
% SCC din național		6,5%	4,8%	2,2%	1,5%	3,2%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

Așadar, municipiul București era în 2020 pe primul loc în privința ponderii SCC în totalul economiei locale, fiind urmat de municipiile Iași și Cluj-Napoca. În același timp, municipiile Timișoara și Baia Mare sunt pe ultimele locuri în privința ponderii SCC în totalul economiei locale. Evoluția SCC în cele șase municipii relevă de asemenea o situație interesantă. În ceea ce privește evoluția în 2020 față de 2019 a numărului de firme în SCC, acesta a crescut în Timișoara (2,5%), urmat de Cluj-Napoca (1%) și București (0,7%). În celelalte 3 municipii, numărul de firme a scăzut în 2020, cel mai mult scăzând în Iași (-3,4%), urmat de Baia Mare (-2%) și Sibiu (-0,3%); asta în timp ce la nivel național, numărul de firme în sector a crescut cu 0,5%. Se mai remarcă faptul că în Timișoara, deși numărul de firme în totalul economiei locale a scăzut în 2020 față de 2019, numărul de firme în SCC a crescut. De asemenea, se observă că în municipiile în care numărul total de firme din economia locală a scăzut în medie, numărul de firme din SCC a scăzut mai puțin (Baia Mare, Iași), în timp ce în municipiile în care numărul de firme din sector a crescut, creșterea este sub creșterea medie a numărului total de firme din economie (București, Cluj-Napoca). În Sibiu, deși numărul total de firme a crescut, numărul de firme din SCC a scăzut.

În privința numărului de profesioniști din SCC, acesta a crescut în toate cele șase municipii, cel mai mult crescând în Iași (11,2%), urmat de București și Timișoara (8,9%), Baia Mare, Sibiu și Cluj-Napoca. Așadar, deși în Iași numărul de firme din sectorul cultural a scăzut cel mai mult, numărul de profesioniști a crescut cel mai mult, ceea ce poate indica o transformare la nivel local a sectorului cultural, respectiv trecerea de la un anumit tip de organizare economică (persoane juridice/firme), la altul (persoane fizice autorizate, întreprinderi individuale și întreprinderi familiale). Iași, București și Timișoara au avut o creștere a numărului de profesioniști din sectorul cultural peste creșterea medie națională în sector (7,8%). Se remarcă de asemenea, creșterea semnificativă în municipiul Timișoara atât a numărului de firme, cât și de profesioniști în SCC.

În privința evoluției salariaților din SCC, aceasta a fost una negativă în toate cele șase municipii, cea mai mare scădere înregistrându-se în Timișoara (-14,5%), urmat de București (-8,9%), Iași (-5,4%), Cluj-Napoca (-3,7%), Sibiu (-1,7%) și Baia Mare (-1,4%). Dintre cele șase municipii, doar Timișoara și București au înregistrat o scădere a numărului de salariați în SCC mai mare decât scăderea medie înregistrată la nivel național în sector. Scăderea numărului de salariați în SCC este mai mare decât scăderea medie numărului total de salariați de la nivel local doar în București și Cluj-Napoca (și la nivel național), în celelalte municipii, numărul de salariați din sector scăzând mai puțin decât a scăzut în medie numărul total de salariați în la nivel local.

Cifra de afaceri în SCC a scăzut (în termeni reali) cel mai mult în Sibiu (-40,8%), urmat de Iași, Cluj-Napoca, Timișoara și București. În mod surprinzător, în Baia Mare, cifra de afaceri în SCC a crescut în 2020 cu 69,7%. Față de scăderea cifrei de afaceri în SCC la nivel național (-11,8%), scăderi mai mari ale indicatorului le-au înregistrat municipiile Sibiu, Iași și Cluj-Napoca. De asemenea, față de scăderea medie a cifrei de afaceri a întregii economii locale, cifra de afaceri în SCC a scăzut mai mult în Sibiu, Iași, Cluj-Napoca și București. În Timișoara, scăderea cifrei de afaceri în SCC (-11,6%) a fost sub scăderea medie a cifrei de afaceri a întregii economii locale (-15,6%). În cazul profitului net, evoluțiile sunt în mare măsură asemănătoare cu cele înregistrate în cazul cifrei de afaceri, cea mai mare scădere a profitului net în SCC înregistrându-se în municipiul Sibiu, în timp ce în Baia Mare (dar și în Iași), profitul net a crescut.

Tabel 14: Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019

Evoluția principalilor indicatori ai unităților economice active în 2020 față de 2019						
Unitate de referință	Populație	Nr. persoane juridice	Profesioniști cu formă juridică F 2020	Nr. salariați	Cifra de afaceri	Profit net
Baia Mare	Total economie	-2,6%	4,4%	-3,8%	-3,2%	3,3%
	SCC	-2,0%	5,9%	-1,4%	69,7%	11,6%
București	Total economie	1,7%	6,4%	-5,9%	-7,1%	-8,1%
	SCC	0,7%	8,9%	-8,9%	-10,9%	-8,7%
Iași	Total economie	-3,5%	5,7%	-5,9%	-5,1%	3,7%
	SCC	-3,4%	11,2%	-5,4%	-17,7%	5,2%
Cluj-Napoca	Total economie	1,3%	3,0%	-3,4%	-6,1%	-4,7%
	SCC	1,0%	5,5%	-3,7%	-14,7%	-2,0%
Sibiu	Total economie	0,3%	2,9%	-13,2%	-25,1%	-6,7%
	SCC	-0,3%	5,8%	-1,7%	-40,8%	-27,3%
Timișoara	Total economie	-0,4%	2,6%	-14,6%	-15,6%	-8,6%
	SCC	2,5%	8,9%	-14,5%	-11,6%	-16,2%
Național	Total economie	0,7%	3,7%	-6,2%	-7,2%	-0,8%
	SCC	0,5%	7,8%	-7,2%	-11,8%	-8,7%

Sursa: prelucrare proprie date ONRC

În concluzie, analiza comparativă a evoluției economiei SCC în cele șase municipii relevă rezultate interesante, contradictorii pe alocuri. Se poate observa scăderea numărului de firme și creșterea numărului de profesioniști (Iași, Baia Mare și Sibiu), creșterea cea mai mare a numărului de firme în sectorul cultural în Timișoara, scăderea cea mai mare a numărului de salariați în SCC în Timișoara, scăderea cea mai mare a cifrei de afaceri și a profitului net în sector în Sibiu, creșterea cifrei de afaceri și a profitului în sector în Baia Mare. Per ansamblu, din perspectiva numărului de salariați, a cifrei de afaceri și a profitului, SCC la nivel național a scăzut mai mult decât a scăzut în medie economia națională, iar în municipiile cu ponderea mai însemnată a SCC în economia locală, SCC a scăzut mai mult decât a scăzut economia locală per ansamblu (București, Cluj-Napoca, Iași). De asemenea, numărul de profesioniști în SCC a crescut mai mult la nivel național decât a crescut în medie numărul total de profesioniști la nivel național, București, Iași și Timișoara înregistrând creșteri ale numărului de profesioniști din sector peste creșterea SCC la nivel național.

3.2.4 CONCLUZII

În lumina celor prezentate anterior, principalele concluzii ce pot fi desprinse în ceea ce privește situația și evoluția SCC în ZMC în 2020, după primul an al pandemiei COVID-19 sunt:

- Municipiul Cluj-Napoca concentrează în continuare o pondere mai mare în economia ZMC (peste 79%) decât ponderea populației municipiului în totalul populației ZMC (73%);
- Sectorul industriilor culturale și creative din ZMC rămâne concentrat de asemenea în cea mai mare parte în Municipiul Cluj-Napoca, însă în cazul numărului de profesioniști în sectorul cultural, ponderea acestora în comunele din ZMC este mai mare decât cea înregistrată în Cluj-Napoca, ceea ce indică preponderența în comune a unităților de dimensiuni mai mici – organizații ca profesioniști – în sectorul cultural;
- Atât la nivelul municipiului Cluj-Napoca, cât și a comunelor din ZMC, ponderea SCC în totalul economiei locale este mai mare decât ponderea acestui sector în totalul economiei naționale;
- Dacă la nivelul municipiului Cluj-Napoca și la nivel național, economia a scăzut în 2020 (numărul de salariați, cifra de afaceri și profitul), la nivelul comunelor, per ansamblu, economia a crescut; per ansamblu, economia ZMC a scăzut mai puțin decât a scăzut economia la nivel național;
- În cazul SCC, indicatorii economici au înregistrat în 2020 o scădere mai mare, atât la nivel local și ZMC, cât și la nivel național decât scăderea înregistrată la nivelul economiei per ansamblu;
- În Cluj-Napoca, cifra de afaceri în SCC a scăzut mai mult decât a scăzut în același sector la nivel național, în timp ce în comunele din ZMC, numărul de salariați în SCC a scăzut mai mult decât în Cluj-Napoca și decât la nivel național; pe de altă parte, în comunele din ZMC, cifra de afaceri în SCC a scăzut foarte puțin, iar profitul a crescut;
- La nivel economic general, numărul de firme și de profesioniști a crescut în 2020 față de 2019, atât la nivelul ZMC, cât și la nivel național, creșterile fiind mai mari la nivelul ZMC; la nivelul SCC, numărul de firme a crescut de asemenea mai mult în Cluj-Napoca și în comunele din ZMC, însă numărul de profesioniști a crescut mai mult la nivel național;
- În ceea ce privește firmele din SCC, numărul acestora a scăzut la nivelul ZMC în 8 din 22 de domenii, cele mai afectate fiind 476 Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate, 900-Activități de creație și interpretare artistică, 181-Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi și 7420-Activități fotografice; în același timp, numărul de firme a crescut în primul an al pandemiei COVID-19 în ZMC în următoarele domenii: 5920-Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală, 5821-Activități de editare a jocurilor de calculator, 6010-Activități de difuzare a programelor de radio, 731-Publicitate, 7410-Activități de design specializat, 8552-Învățământ în domeniul cultural (limbi străine, muzică, teatru, dans, arte plastice etc.);
- Numărul de profesioniști a scăzut în 4 din cele 22 de domenii ale sectorului creativ: 5920-Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală, 181-Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi, 9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a., 581-Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare, 7111-Activități de arhitectură;
- Scăderea numărului de firme, dar și a numărului de profesioniști indică declinul evident al unor domenii în 2020: 18- Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi, 581-Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare, 9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a.);

- În câteva domenii, scăderea numărului de firme se corelează cu creșterea numărului de profesioniști și viceversa, ceea ce indică o posibilă transformare a afacerilor în respectivele domenii pentru a face mai bine față crizei generate de pandemie: 5920-Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală, 900-Activități de creație și interpretare artistică, 7420-Activități fotografice, 9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a., 7111-Activități de arhitectură;
- Într-o serie de domenii, creșterea numărului de firme și de profesioniști de la nivelul ZMC, se corelează cu creșterea acestor indicatori și la nivel național, ceea ce poate indica posibila evoluție crescătoare pe termen mediu, respectiv adaptarea la noul context și identificarea unor noi oportunități de transformare și de creștere: 476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate, 591-Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune, 7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării, 731-Publicitate, 7410-Activități de design specializat, 7420-Activități fotografice, 7430-Activități de traducere scrisă și orală (interpreți), 8552-Învățământ în domeniul cultural (limbi străine, muzică, teatru, dans, arte plastice, etc.) și 900-Activități de creație și interpretare artistică;
- Scăderea numărului de salariați în 13 din cele 22 de domenii incluse în sectorul cultural în analiza de față și corelarea scăderii în aceleași domenii și la nivel național, poate indica impactul negativ semnificativ al pandemiei COVID-19 asupra sectorului cultural, la nivelul ZMC, cele mai afectate fiind: 476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate, 591-Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune, 9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a., 7420-Activități fotografice, 7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării, 731-Publicitate; În alte 9 domenii, numărul de salariați a crescut, cele mai mari creșteri înregistrându-se în: 6020-Activități de difuzare a programelor de televiziune, 5821-Activități de editare a jocurilor de calculator, 910 Activități ale bibliotecilor, arhivelor, muzeelor și alte activități culturale.
- În ZMC, cifra de afaceri în SCC a scăzut în 2020 în 17 domenii din cele 22, cele mai afectate fiind: 900-Activități de creație și interpretare artistică, 9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a., 7420-Activități fotografice, 7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării; în același timp, cifra de afaceri a crescut în 5 domenii: 476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate, 5821-Activități de editare a jocurilor de calculator, 910 Activități ale bibliotecilor, arhivelor, muzeelor și alte activități culturale, 6020-Activități de difuzare a programelor de televiziune, 6010-Activități de difuzare a programelor de radio; interesantă este creșterea exponențială a cifrei de afaceri la nivel ZMC, dar și la nivel național în domeniul 476-Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate, domeniu în care deși numărul de firme și de salariați (și de profesioniști la nivelul ZMC) a scăzut, cifra de afaceri a crescut în primul an de pandemie; o posibilă explicație pentru această creștere a cifrei de afaceri poate fi trecerea la vânzarea online;
- Profitul SCC a scăzut în 2020 în ZMC, dar și la nivel național mai puțin decât a scăzut cifra de afaceri, scăderile fiind înregistrate în mare parte în domeniile în care a scăzut și cifra de afaceri; atrage atenția scăderea tuturor celorlalți patru indicatori și creșterea doar a profitului în trei domenii, ceea ce poate indica impactul negativ semnificativ al pandemiei și procesul de transformare și adaptare prin care trec acestea: 181-Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi, 581-Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare, 6391-Activități ale agențiilor de știri;
- Analiza detaliată/pe domenii a evoluției indicatorilor privind unitățile economice și profesioniștii din SCC relevă scăderea/reducerea activității economice în primul an al pandemiei COVID-19 în cazul celor mai multe dintre domenii; cele mai mari reduceri (scăderea simultană a numărului de salariați, cifrei de afaceri și profitului net) le-au înregistrat: 591-Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune, 5920-Activități de realizare a înregistrărilor

audio și activități de editare muzicală, 7021-Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării, 7420-Activități fotografice, 7722-Închirierea de casete video și discuri (CD-uri, DVD-uri), 900 Activități de creație și interpretare artistică, 9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a. Dintre toate, însă, în 2020, domeniile 900-Activități de creație și interpretare artistică și 9329-Alte activități recreative și distractive n.c.a. au înregistrat cele mai mari scăderi, atât la nivelul ZMC, cât și la nivel național, ceea ce relevă impactul negativ puternic al pandemiei COVID-19 asupra acestor domenii;

- Domeniul *Filmului* a crescut din punct de vedere economic în 2020 la nivelul ZMC, dar și la nivel național (cu excepția cifrei de afaceri la nivel național), creșterile fiind mai mari însă la nivelul ZMC, în special în Cluj-Napoca; în interiorul ZMC, comunele au înregistrat în medie o scădere semnificativă a numărului de profesioniști și de salariați în domeniul *Filmului*;
- În domeniul *Design*, s-au înregistrat scăderi ale cifrei de afaceri și profitului la nivelul ZMC, în timp ce la nivel național, cu excepția numărului de salariați, activitatea economică a crescut, iar nivelul de creștere al numărului de firme și de profesioniști este superior celui de la nivelul ZMC;
- În domeniul *Muzică* se observă o scădere în 2020 față de 2019 a rezultatelor activității economice ale firmelor din domeniu, atât la nivelul ZMC, cât și la nivel național; Scăderea este mai pronunțată la nivel național decât la nivelul ZMC în ceea ce privește numărul de salariați și profitul, dar este mai mare la nivelul ZMC decât la nivel național în cazul cifrei de afaceri;
- Numărul de firme și de profesioniști din domeniul *Editare și Publicitate* din comunele din ZMC este mai mare decât în Cluj-Napoca, în timp ce numărul de salariați, cifra de afaceri și profitul sunt mai mari în Cluj-Napoca. Aceste date indică organizarea activității economice în domeniul *Editare/Publicitate* în unități mai mici în comunele din ZMC și unități economice mai mari în Cluj-Napoca;
- Deși pe fondul pandemiei COVID-19, domeniul *Editare și Publicitate* a suferit din punct de vedere economic (scăderea numărului de salariați, a numărului de firme și profesioniști în Cluj-Napoca și a numărului de salariați în comunele din ZMC), scăderile în domeniu au fost mai mici decât la nivel național;
- Numărul de profesioniști a crescut în toate cele patru domenii (film, design, muzică și editare și publicitate), atât la nivelul ZMC, cât și la nivel național, însă creșterea la nivel național este superioară celei de la nivelul ZMC;
- Atât la nivelul ZMC (Cluj-Napoca, în principal), cât și la nivel național, creșterea numărului de profesioniști este mai mare decât cea a numărului de firme, ceea ce poate indica o restructurare, respectiv o orientare a afacerilor în domeniul muzicii spre alte forme de organizare a activității economice: persoană fizică autorizată, întreprindere individuală, întreprindere familială;
- Analiza comparativă a evoluției economiei SCC în 2020 față de 2019 în municipiile Baia Mare, București, Cluj-Napoca, Iași, Sibiu și Timișoara are rezultate interesante. Se constată scăderea numărului de firme și creșterea numărului de profesioniști în Iași, Baia Mare și Sibiu; Timișoara înregistrează în 2020 cea mai mare creștere a numărului de firme în sectorul cultural, dar în același timp și cea mai mare scădere a numărului de salariați în sector; Sibiu înregistrează cea mai mare scădere a cifrei de afaceri și a profitului net în sectorul cultural;
- Numărul de profesioniști în SCC a crescut mai mult la nivel național decât a crescut în medie numărul total de profesioniști la nivel național, București, Iași și Timișoara înregistrând creșteri ale numărului de profesioniști din SCC peste creșterea de la nivel național;

- Per ansamblu, din perspectiva numărului de salariați, a cifrei de afaceri și a profitului, SCC de la nivel național a scăzut mai mult decât a scăzut în medie economia națională, iar în municipiile cu ponderea mai însemnată a SCC în economia locală - București, Cluj-Napoca, Iași, SCC a înregistrat o scădere mai mare decât economia locală per ansamblu;
- Estimările principalului teoretician al conceptului și teoriei industriilor creative, Richard Florida, sunt confirmate și de rezultatul analizei de față, impactul pandemiei COVID-19 asupra marilor orașe, cele care concentrează sectorul creativ, a fost unul semnificativ; el preconizează că în perioada post-COVID-19, o mare parte a angajaților, în special cei din sectorul creativ, vor munci/iși vor desfășura activitatea în mod diferit de cum o făceau înainte (Florida, 2021).

3.3. ANALIZA PERCEPȚIILOR DESPRE CLIMATUL SECTORULUI CULTURAL ȘI CREATIV DIN ZONA METROPOLITANĂ CLUJ ÎN PERIOADA PANDEMIEI COVID-19

3.3.1 INTRODUCERE

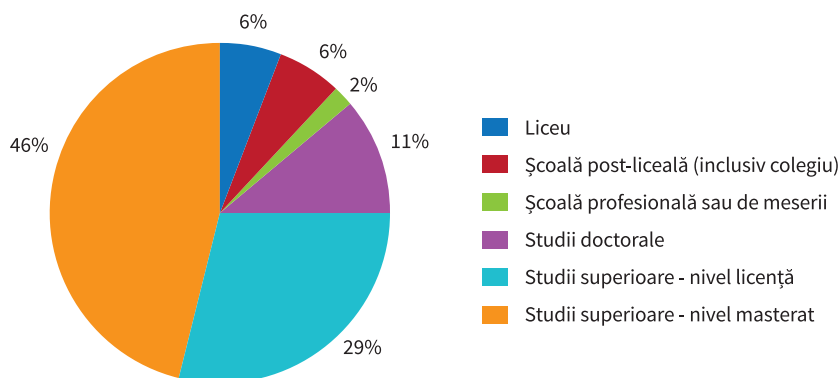
Pentru a înțelege mai bine dinamica recentă a sectorului cultural și creativ din Zona Metropolitană Cluj-Napoca, am încercat să surprindem climatul din acest sector la mai mult de un an de la debutul pandemiei și să explorăm nevoile și preocupările profesioniștilor din SCC. Pentru această direcție de cercetare, am utilizat un sondaj online, adresat antreprenorilor, angajaților și liber profesioniștilor din aceste domenii. Scopul demersului descris în această secțiune este de a înțelege mai bine care este realitatea din spatele datelor ce indică o scădere semnificativă a cifrei de afaceri și a numărului de angajați în SCC. Pentru a ajunge la publicul țintă, chestionarul ce a stat la baza sondajului a fost distribuit online cu ajutorul Centrului Cultural Clujean, Universității de Arte și Design, Agenției ADR Nord-Vest, precum și cu ajutorul rețelelor profesionale de creativi. Pe baza datelor colectate am încercat să creionăm profilul celor care activează în aceste sectoare, să înțelegem nevoile lor și să surprindem percepțiile celor ce lucrează în domeniul cultural și creativ din Zona Metropolitană Cluj-Napoca cu privire la oportunitățile de dezvoltare, impactul pandemiei, factorii favorizanți sau inhibitori din contextul socio-economic și politic local. Nu în ultimul rând, au fost explorate opiniile respondenților în legătură cu capacitatea cursurilor de formare oferite la nivel local, precum *Culturepreneurs*, de a impulsiona dezvoltarea sectorului creativ. Chestionarul a fost distribuit pe canalele social media, în cadrul unor postări speciale realizate de Centrul Cultural Clujean și ADR Nord-Vest, participanților din programul *Culturepreneurs*, absolvenților UAD, precum și direct în cadrul anumitor companii și rețele profesionale. Au fost colectate 63 de răspunsuri. O parte din întrebările incluse în chestionar se referă la dificultățile provocate de pandemie pentru cei care activează în sectoarele culturale și creative. Mulți dintre aceștia au fost afectați semnificativ de restricțiile impuse de criza sanitară provocată de COVID-19. Pe de o parte, artiștii din sfera artelor spectacolului au pierdut surse importante de venit prin imposibilitatea organizării (cel puțin pentru o perioadă) a evenimentelor culturale. Această situație a fost mai gravă în cazul celor care nu sunt angajați la o instituție culturală (publică). Pe de altă parte, cei care activează în sectorul cultural și artistic și depind nu doar de un public dar și de un spațiu de lucru, au avut dificultăți în continuarea exercitării profesiei din cauza lipsei accesului la un astfel de spațiu, ca urmare a închiderii sălilor de expoziție sau a pierderii atelierelor de lucru. Segmentul studiului bazat pe sondajul online a urmărit așadar să înțeleagă care este profilul celor ce activează în aceste domenii în zona metropolitană Cluj, care sunt nevoile și perspectivele lor de viitor, cum au resimțit cei care lucrează în aceste sectoare efectele pandemiei, precum și care este capacitatea unor programe de tip *Culturepreneurs* de a răspunde nevoilor de formare și catalizare a competențelor antreprenoriale și proiectelor creative din această zonă.

3.3.2 DATE SOCIO-ECONOMICE

Cei 63 de respondenți au o vârstă medie (și mediană) de 35 de ani, 65% fiind femei și 35% bărbați. Dintre aceștia, 53 locuiesc în municipiul Cluj-Napoca (84%), iar 10 în alte localități din Zona Metropolitană Cluj (16%). Nivelul lor de educație poate fi observat în tabelul de mai jos – peste 85% dintre respondenți având studii universitare cel puțin la nivel licență – iar intervalul de absolvire a ultimului program de studii variază între 1988 și 2021 (2 respondenți sunt încă studenți și vor absolvi în 2022). Anul median de absolvire a ultimului program de studii este 2012.

Figura 3.3.1

Nivelul de educație în rândul respondenților



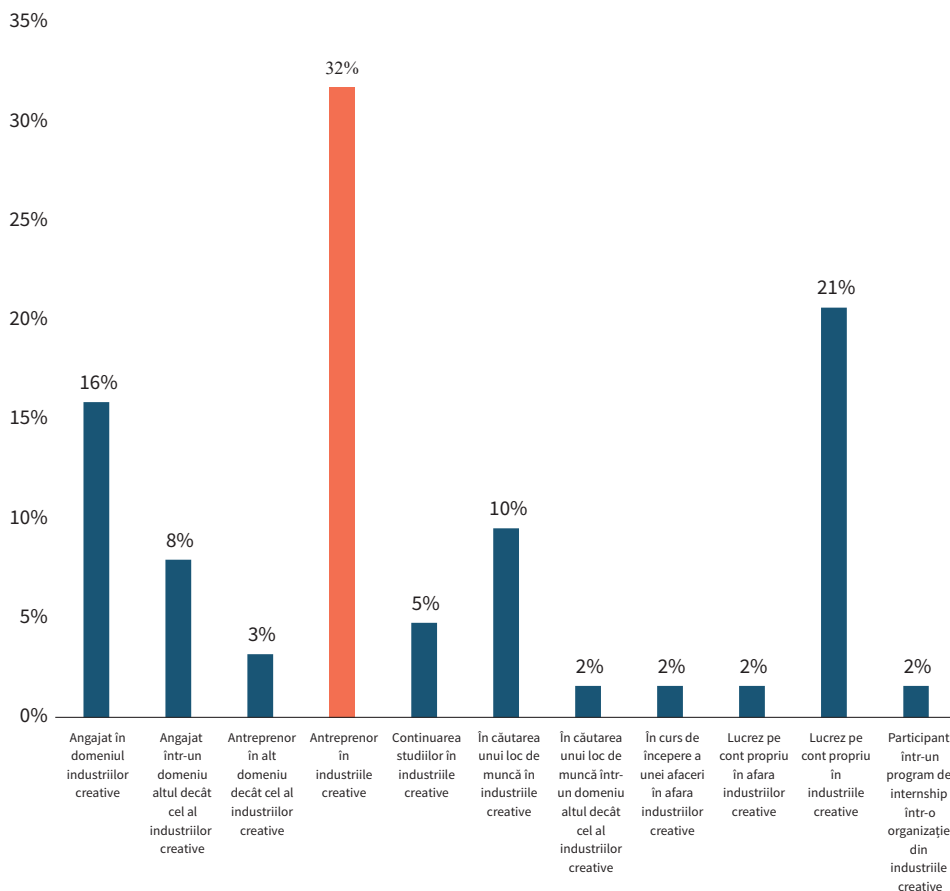
Sursa: Prelucrare date chestionar

În ceea ce privește specializările programelor de studii, acestea sunt foarte diverse, variind de la arhitectură și arte vizuale, la inginerie, jurnalism sau istoria artei. Dintre cei 63 de respondenți, 10 sunt arhitecți, 7 au absolvit artele vizuale și 8 design, restul fiind aproximativ egal distribuiți între variate categorii de specializare.

Din punct de vedere al stadiului de dezvoltare a carierei, două treimi dintre respondenți afirmă că se află în proces de afirmare profesională, iar 12% își continuă studiile. Astfel, se poate observa că cei 63 de respondenți care au completat chestionarul online sunt mai degrabă tineri și se află la un moment relativ de început al carierelor lor. Din perspectiva statutului pe piața muncii în domeniul industriilor creative, situația este prezentată în graficul de mai jos.

Figura 3.3.2

Vă rugăm să ne spuneți în care din următoarele categorii vă încadrați?
(N=63)



Sursa: Prelucrare date chestionar

Se poate observa că o treime dintre respondenți sunt antreprenori în industriile creative, 21% lucrează pe cont propriu în acest domeniu (freelance), iar 16% sunt angajați în același domeniu. Astfel, aproape 70% dintre respondenți lucrează în domeniul SCC, iar cei mai mulți dintre cei rămași sunt fie în căutarea unui loc de muncă (9%), își continuă studiile în domeniul creativ (5%), sau sunt angajați în alt domeniu decât cel al industriilor creative (8%). Deși numărul de respondenți nu este atât de ridicat pe cât ne-am fi dorit, faptul că eșantionul este relativ divers, atât din punct de vedere al vârstei și educației, cât și din cel al situării pe piața muncii, face rezultatele de mai jos relevante, chiar dacă nu semnificative statistic.

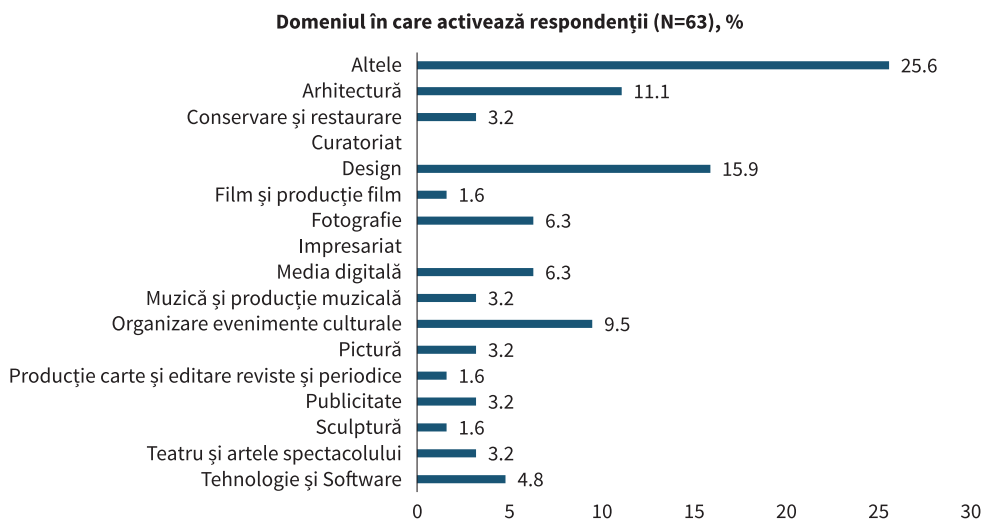
3.3.3 ANTREPRENORIAL ȘI MUNCĂ ÎN SCC

În acord cu studiile care semnalează existența unor dificultăți notabile cu care se confruntă profesioniștii din sectoarele culturale și creative, am inclus în componenta de sondaj a cercetării și o secțiune care explorează aspectele legate de inserția pe piața muncii, activitatea propriu-zisă și percepțiile asupra oportunităților de dezvoltare profesională în acest sector.

Întrebați care este domeniul în care lucrează, aproximativ trei sferturi dintre participanții la sondaj au indicat domenii de activitate din lista predefinită în chestionar, sfertul rămas regăsindu-se în alte sectoare de activitate, ce vor fi explicitate mai jos.

În ceea ce privește domeniile enumerate ca variante de răspuns predefinite, 15,9% din totalul participanților au indicat că lucrează în design, arhitectura fiind al doilea cel mai bine reprezentat sector din perspectiva sectorului ocupațional (11,1%). Alte domenii de activitate cu reprezentare notabilă sunt organizarea de evenimente culturale (9,5%), fotografie (6,3%) și media digitală (6,3%). Cu privire la respondenții care au indicat un alt domeniu de activitate (25,6% din totalul participanților), sectoarele menționate de aceștia sunt: asigurări, comunicare strategică, creație bijuterii, design produs, design vestimentar și producție, editare foto, farmacie, fashion design, învățământ, modă, muzică, producție carte, psihologie, resurse umane, turism, vânzări.

Fig. 3.3.3

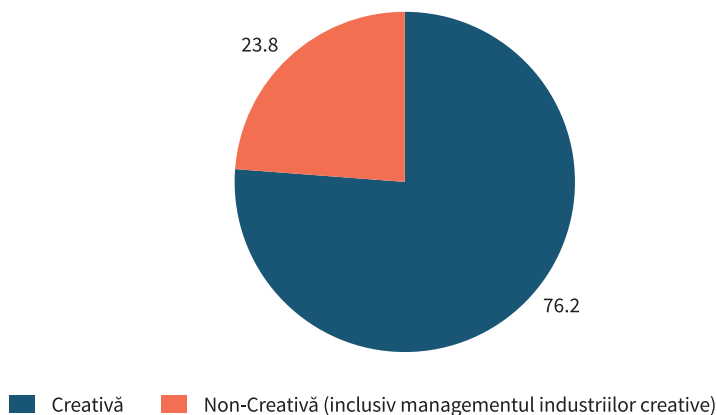


Sursa: Prelucrare date chestionar

Din perspectiva caracterului creativ sau non-creativ al poziției ocupate la locul de muncă actual, figura 3.3.4 arată că peste trei sferturi dintre respondenți sunt angrenați în acest moment într-o poziție profesională de tip creativ.

Fig. 3.3.4

Cum ați putea defini cel mai bine poziția pe care o ocupați la locul de muncă actual? (N=63), %

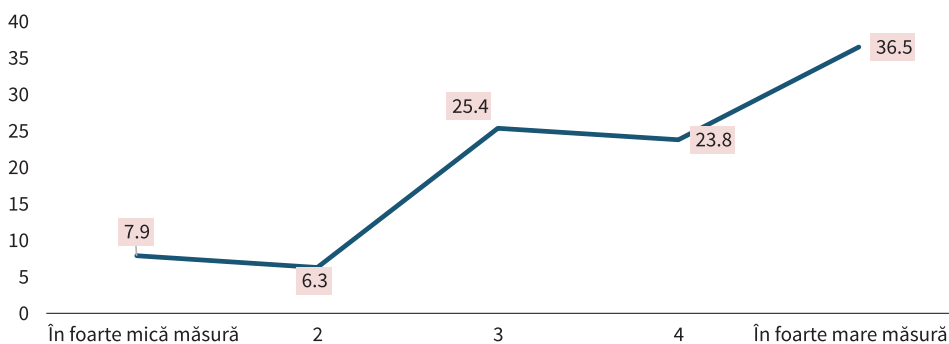


Sursa: Prelucrare date chestionar

Alături de caracterul creativ sau non-creativ al poziției ocupate, am explorat și percepția respondenților în legătură cu măsura în care ocupația lor actuală este aliniată pregătirii pe care aceștia au parcurs-o. Figura de mai jos arată că aproximativ 60% dintre respondenți resimt o corelare consistentă între pregătirea pe care o dețin și ocupația lor actuală, cu peste o treime indicând că cele două corespund în foarte mare măsură.

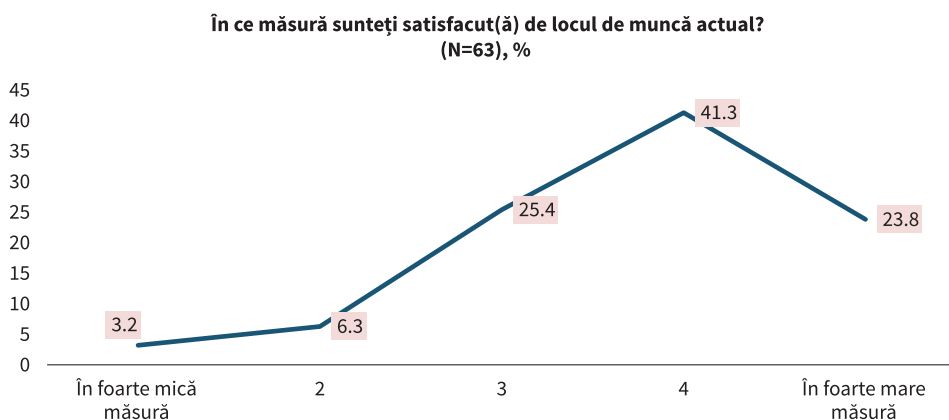
Fig. 3.3.5

În ce măsură ocupația din prezent corespunde pregătirii dumneavoastră? (N=63), %



Sursa: Prelucrare date chestionar

De asemenea, a fost interogată măsura în care participanții la sondaj sunt satisfăcuți de locul de muncă actual. Răspunsurile obținute indică faptul că satisfacția față de locul de muncă deținut în prezent este ridicată pentru circa 41% dintre respondenți, 23,8% declarându-se foarte mulțumiți în această privință.

Fig. 3.3.6

Sursa: Prelucrare date chestionar

Am întrebat respondenții și cum pot caracteriza locul de muncă actual, rugându-i să aleagă cea mai potrivită variantă de răspuns care descrie cel mai fidel situația în care se regăsesc. Distribuția procentuală a răspunsurilor primite este redată în figura de mai jos.

Fig. 3.3.7

Sursa: Prelucrare date chestionar

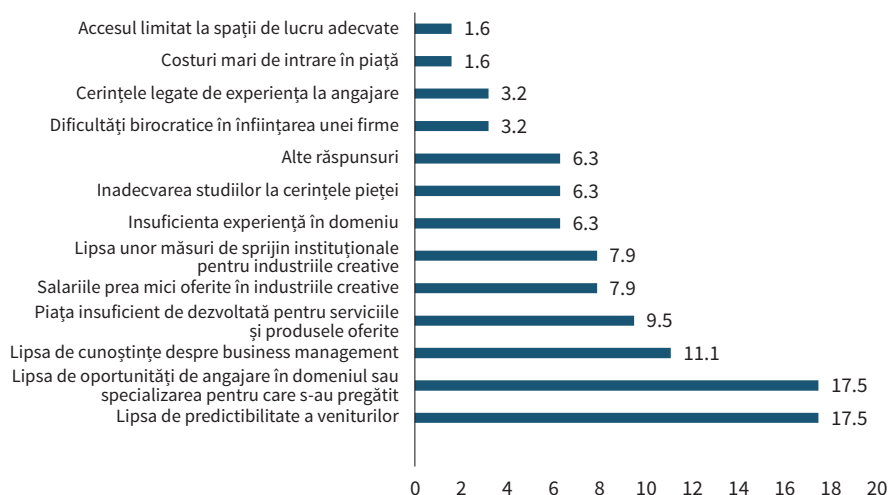
Furnizarea unei continuități profesionale alături de venituri acceptabile este indicată de cea mai mare parte a respondenților (20,6%) ca fiind atributul esențial al locului de muncă actual. Următoarele două cel mai frecvent menționate caracteristici sunt împlinirea profesională generată de locul de muncă deținut (17,5%), respectiv stabilitatea acestuia (14,3%). Pentru circa 11% dintre respondenți, trăsătura definitorie a locului de muncă este atmosfera de lucru plăcută pe care acesta o oferă. Dincolo de aceste rezultate care denotă contexte de lucru favorabile, e necesar să fie subliniată și semnalarea, de către o parte dintre respondenți, a unor situații mai puțin prielnice: 9,5% dintre respondenți spun că locul de muncă actual este precar, pe când 7,9% dintre ei îl consideră temporar și fără perspective.

Respondenții au fost rugați să indice care este, din perspectiva lor, cea mai dificilă provocare pe care cei care activează în sectorul cultural și creativ o întâlnesc pe piața muncii (**Fig. 3.3.8**). Răspunsurile obținute sugerează ca probleme principale (corespunzând celor mari înalte valori procentuale din distribuție, 17,5%) lipsa oportunităților de angajare în domeniul sau specializarea pentru care s-au pregătit, respectiv lipsa de predictibilitate a veniturilor.

Alte dificultăți majore indicate de către respondenți sunt lipsa de cunoștințe despre business management (11,1%), piața insuficient de dezvoltată pentru serviciile și produsele oferite (9,5%), salariile prea mici din industriile creative (7,9%), respectiv lipsa unor măsuri de sprijin instituționale pentru industriile creative (7,9%). Alături de provocările enumerate anterior, sunt de observat între problemele semnalate de respondenți și inadecvarea studiilor la cerințele pieței (6,3%) și insuficienta experiență în domeniu (6,3%). Cei care au optat pentru răspunsuri din afara grilei de opțiuni oferite în chestionar (“alte răspunsuri” – 6,3%) au subliniat că toate elementele enumerate pot fi considerate impedimente, observație la care se adaugă ideea absenței unei politici coerente de inserare a absolvenților pe piața muncii, dublată de un “nivel scăzut de cultură”, precum și lipsa de pregătire suficientă care să susțină scalarea afacerilor.

Fig. 3.3.8

Cea mai dificilă provocare întâmpinată pe piața muncii (N=63), %



Sursa: Prelucrare date chestionar

Am explorat, în continuare, rațiunile care fundamentează decizia/dorința de a deveni antreprenori în SCC (**Fig. 3.3.9**). Cea mai mare parte a respondenților (47,6%) au indicat “dorința de a face ceva care îmi place” ca fiind motivul principal pentru care au ales sau ar alege această direcție profesională. Pentru aproximativ 14%, autonomia profesională sporită reprezintă un element hotărâtor, în timp ce posibilitățile de afirmare profesională sunt indicate de 9,5% dintre respondenți. Sunt totodată de remarcat și menționările frecvente (7,9%) în legătură cu creșterea veniturilor, respectiv creșterea vizibilității pe piața produselor culturale și creative.

Fig. 3.3.9

**Cel mai important motiv pentru care au devenit sau ar dori să devină
antreprenori în domeniul industriilor creative (N=63)**

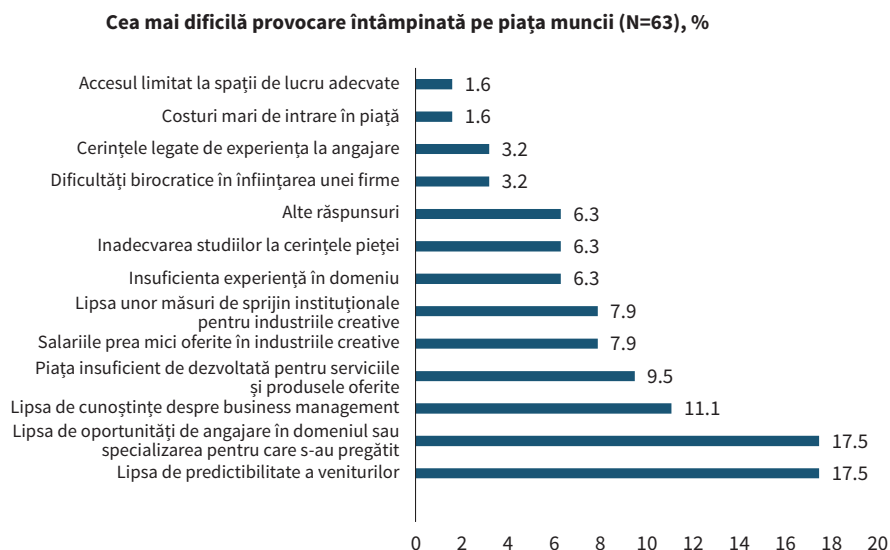


Sursa: Prelucrare date chestionar

Întrucât activitatea în sectorul cultural și creativ poate fi marcată de numeroase dificultăți (ca de pildă nesiguranță financiară, sincope în activitate etc.), respondenții au fost întrebați și despre motivul principal pentru care ar lucra (sau lucrează deja) în afara acestui domeniu (Figura 3.3.10). Obținerea unor venituri stabile și predictibile este indicată de 34,9% dintre respondenți ca fiind motivul decisiv pentru a activa profesional (în prezent sau la nivel de intenție) în afara SCC. O proporție însemnată dintre respondenți (28,6%) semnalează posibilitatea de a avea un venit stabil care să le permită desfășurarea de activități creative și artistice în timpul liber.

Se remarcă, de asemenea și procentul relativ ridicat (17,5%) de respondenți în cazul cărora activitatea în afara sectorului creativ e justificată de dorința acestora de a acumula suficient capital care să le permită lansarea în industriile creative.

Fig. 3.3.10

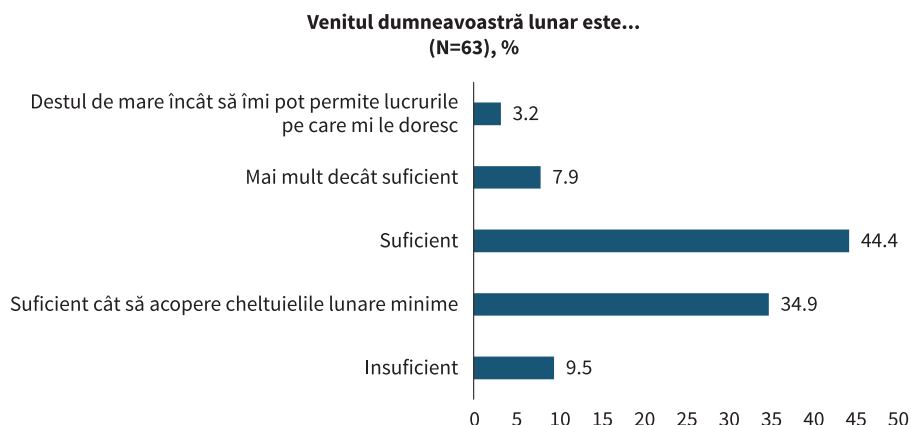


Sursa: Prelucrare date chestionar

Respondenții au fost întrebați și dacă desfășoară alte activități profesionale în afară de locul de muncă actual. Aproximativ 43% dintre respondenți spun că nu se regăsesc în această situație. Cei care derulează și alte activități profesionale au menționat un spectru larg de activități, în rândul cărora predomină diverse tipuri de activități culturale și creative.

Circumstanțele profesionale ale respondenților au fost explorate și cu ajutorul unei întrebări despre venitul lor lunar.

Fig. 3.3.11

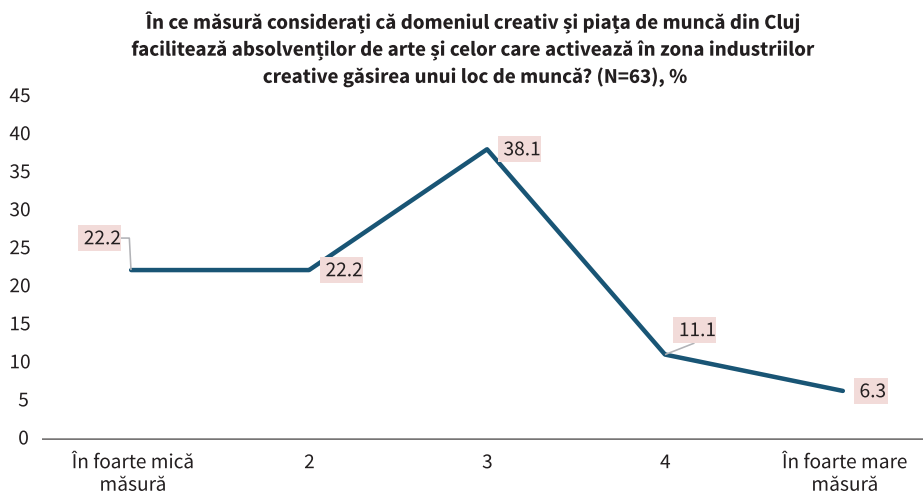


Sursa: Prelucrare date chestionar

Cea mai mare parte a respondenților (44,4%) caracterizează venitul lor lunar drept suficient, pe când aproximativ 35% consideră că acesta este suficient doar pentru acoperirea cheltuielilor lunare minime. Pentru 9,5% dintre respondenți, venitul lunar este însă insuficient. Venituri care denotă situații financiare foarte favorabile sunt semnalate de către o minoritate a participanților la sondaj.

Găsirea unui loc de muncă poate fi deseori un proces dificil, fiind relevante în acest sens caracteristicile contextului economic general, care oferă condiții mai mult sau mai puțin favorabile celor ce doresc să se angajeze. Din această perspectivă, participanții la sondaj au fost întrebați în ce măsură consideră că domeniul creativ și piața de muncă din Cluj facilitează absolvenților de arte și celor care activează în zona industriilor creative găsirea unui loc de muncă. Figura de mai jos redă distribuția răspunsurilor primite; este observabilă concentrarea predominantă a acestora către partea stângă a scalei, sugerând că percepțiile prevalente infirmă ideea existenței unui climat favorabil inserției pe piața muncii a absolvenților de arte și profesioniștilor din SCC.

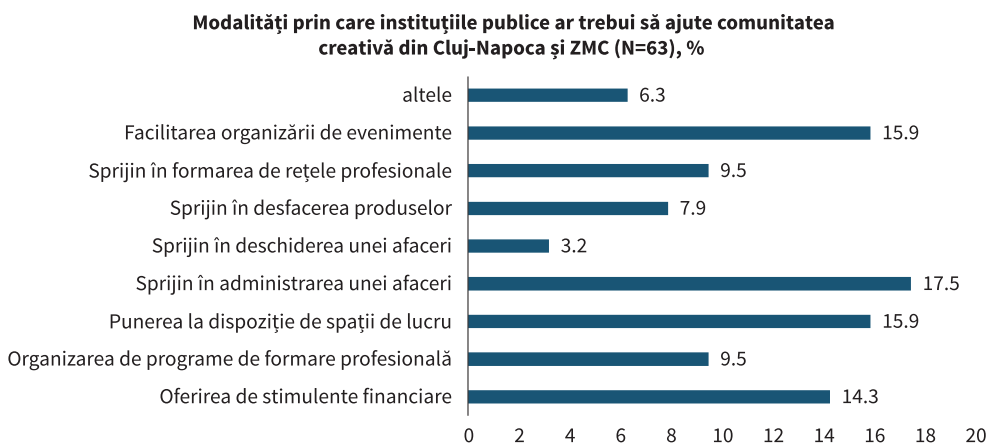
Fig. 3.3.12



Sursa: Prelucrare date chestionar

Reușita într-un domeniu de activitate în care atingerea siguranței profesionale sau dezvoltarea profesională nu sunt întotdeauna facile poate fi înlesnită de sprijinul venit din partea mediului instituțional. Respondenții au fost întrebați care sunt modalitățile prin care instituțiile publice ar trebui să ajute comunitatea creativă din Cluj-Napoca și din Zona Metropolitană (**Fig. 3.3.13**). Cea mai mare parte a respondenților (17,5%) au indicat sprijinul în administrarea unei afaceri ca fiind tipul de ajutor necesar. Facilitarea organizării de evenimente, respectiv punerea la dispoziție de spații de lucru au fost alese de 15,9% dintre respondenți ca reprezentând forme de ajutor dezirabile. Totodată, 14,3% dintre respondenți au indicat oferirea de stimulente financiare, iar 9,5% au semnalat nevoia de sprijin în formarea de rețele profesionale, respectiv organizarea de programe de formare profesională. Restul modalităților enumerate au atras procente comparativ mai reduse de răspunsuri.

Fig. 3.3.13



Sursa: Prelucrare date chestionar

În categoria “alte răspunsuri” se regăsesc observații suplimentare oferite de respondenți în legătură cu modalitățile în care instituțiile publice ar putea veni în ajutorul celor care activează în SCC: sprijin în dezvoltarea de afaceri și proiecte, spații pentru ateliere, evenimente de networking, suport financiar pe o perioadă determinată, legislație clară.

Nu în ultimul rând, respondenții au fost întrebați dacă ei cunosc exemple din alte orașe sau din alte țări în care comunitatea creativă a beneficiat de sprijin, exemple ce ar putea fi replicate și în municipiul Cluj-Napoca. 78% dintre respondenți nu aveau informații despre astfel de exemple. O parte dintre cei care au oferit ilustrări au menționat orașe europene despre care știau că găzduiesc astfel de inițiative (Barcelona, Berlin, Londra, Malaga, Viena) sau au nominalizat țări în care știu că există acest tip de sprijin (Argentina, Danemarca, Franța – impozit foarte redus pentru activitățile artistice; Germania - burse oferite tinerilor artiști; Italia, Portugalia). Din spațiul autohton, au fost menționate București (Nod Makerspace și schema de ajutor aplicată de Primărie) și Bacău (festivalul de artă stradală Zid Art).

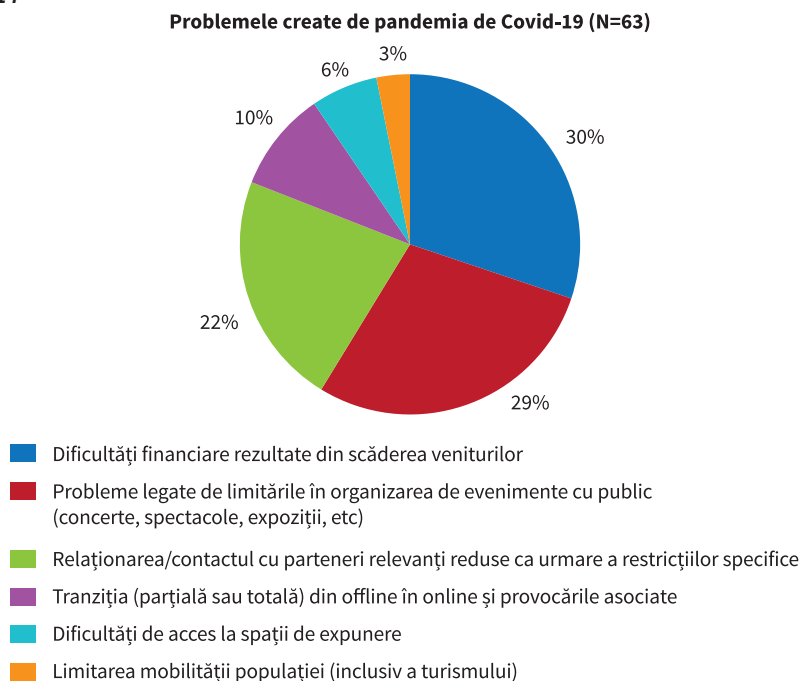
3.3.4 REACȚII ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI COVID-19

Chestionarul a inclus și o secțiune în care accentul a fost plasat asupra dificultăților generate de pandemie pentru cei care activează în sectoarele culturale și creative. O parte considerabilă a acestora au resimțit efectul restricțiilor impuse de criza de sănătate publică. Pe de o parte, artiștii din sfera artelor spectacolului au pierdut surse importante de venit prin imposibilitatea organizării (cel puțin pentru o perioadă) de evenimente culturale. Această situație a fost mai gravă în cazul celor care nu sunt angajați la o instituție culturală de tip public. Pe de altă parte, cei care activează în sectorul cultural și artistic și depind nu doar de un public, dar și de un spațiu de lucru, s-au confruntat cu dificultăți în continuarea exercitării profesiei din cauza lipsei accesului la un astfel de spațiu.

Prin întrebarea de mai jos, am explorat percepția respondenților referitoare la cele mai importante probleme întâmpinate (în context profesional) de la începutul pandemiei de COVID-19.

Contextul creat de pandemia COVID-19 a generat numeroase dificultăți, pentru multe categorii ocupaționale. În ceea ce vă privește pe dvs. și activitatea dvs., care este cea mai mare problemă întâmpinată de la începutul pandemiei?

Fig. 3.3.14



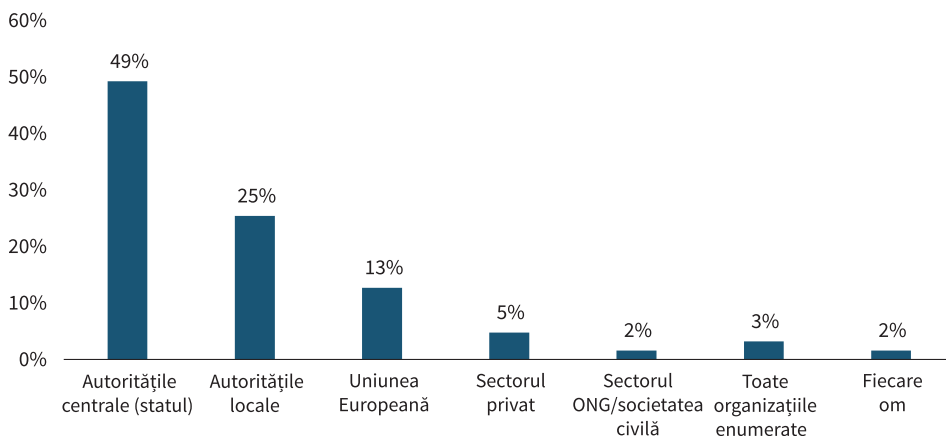
Sursa: Prelucrare date chestionar

Se poate astfel observa că o treime dintre respondenți au întâmpinat dificultăți financiare cauzate de scăderea veniturilor, în contextul în care restricțiile anti COVID-19 au făcut imposibilă sau dificilă organizarea anumitor evenimente. De asemenea, aproape o treime consideră că o problemă importantă a fost chiar cea legată de limitările existente în organizarea de evenimente cu public. Este foarte posibil ca respondenții care au ales această variantă să fi fost afectați și din punct de vedere financiar. Peste 20% dintre respondenți afirmă că a fost dificil să relaționeze cu cei cu care obișnuiau să lucreze din cauza restricțiilor, iar 10% au considerat că cea mai mare problemă ridicată de pandemia COVID-19 a fost tranziția din mediul offline către mediul online. Doar 3% dintre respondenți au considerat că limitarea mobilității populației a fost o problemă, ceea ce arată că pentru mulți artiști din Zona Metropolitană Cluj, publicul principal este local. De asemenea, este posibil ca implementarea măsurilor anti-pandemie relativ puține în comparație cu alte state europene, cuplată cu o atitudine generalizată a societății de a înțelege restricțiile mai degrabă ca pe niște recomandări decât obligații, ar fi putut conduce la acest rezultat. Pe lângă aceste variante de răspuns, persoanele chestionate au mai menționat și următoarele probleme legate de pandemie: impredictibilitatea veniturilor, scăderea semnificativă a sponsorizărilor, dificultatea de a obține ajutor de la autoritățile publice atât centrale cât și locale, scăderea însemnată a cererii pentru anumite servicii oferite de sectoarele creative și culturale, sau dificultatea muncii de acasă.

Respondenții au fost chestionați și referitor la percepția lor despre sursa ajutorului pentru depășirea dificultăților create de pandemie, știut fiind că în multe țări autoritățile au creat scheme de sprijin financiar pentru cei care activează în sectoarele culturale și creative. Astfel, jumătate dintre respondenți consideră că sursa principală de ajutor ar trebui să fie statul/instituțiile publice centrale, iar peste un sfert consideră că autoritățile locale sunt cele care ar trebui să fie responsabile de susținerea sectorului cultural și creativ. Se poate deci observa că peste trei sferturi dintre respondenți consideră că autoritățile publice sunt percepute drept principalul actor responsabil în identificarea și crearea de strategii de susținere a sectoarelor culturale și creative. Doar 13% dintre cei chestionați consideră că ajutorul cel mai important ar trebui să vină de la Uniunea Europeană și sub 5% cred că acesta ar putea proveni din sectorul privat sau de la societatea civilă. Aceste răspunsuri confirmă faptul (discutat în partea de analiză a măsurilor de susținere a sectoarelor culturale și creative în Uniunea Europeană) că sectorul privat a fost prea puțin implicat în susținerea activităților culturale, dar și că statul este văzut ca sursa principală de ajutor.

Fig. 3.3.15

Sursa principală a ajutorului pentru depășirea dificultăților cauzate de pandemie (N=63)

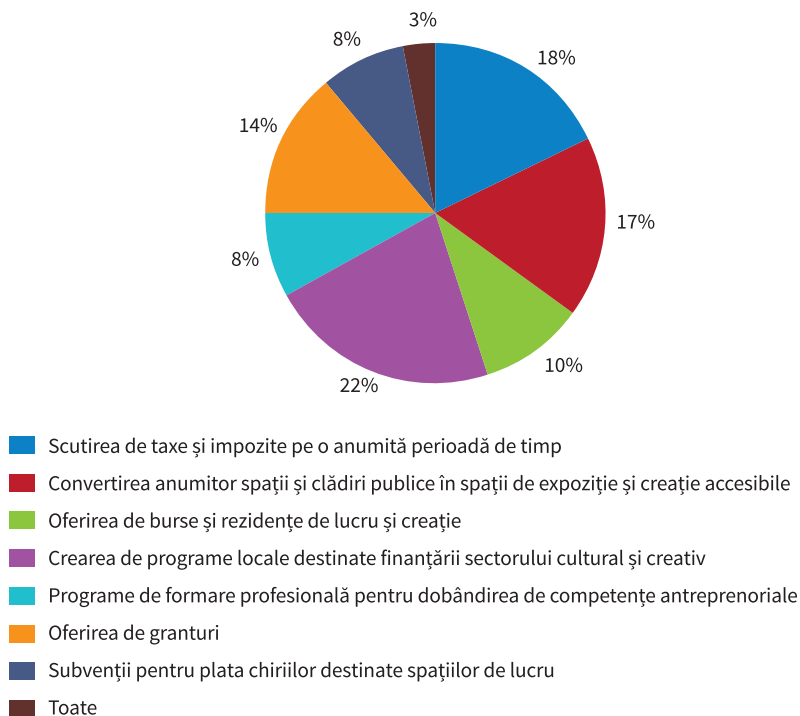


Sursa: Prelucrare date chestionar

Referitor la formele pe care acest ajutor pentru susținerea sectoarelor culturale și creative ar trebui să le ia, răspunsurile sunt extrem de diverse, fără a exista o majoritate clară preferată de cei mai mulți respondenți. Aproximativ 22% dintre respondenți consideră că cea mai utilă formă de ajutor ar fi crearea de programe locale destinate finanțării sectoarelor culturale și creative. Peste 15% cred că scutirea de taxe și impozite pentru o anumită perioadă de timp ar fi utilă și tot peste 15% consideră importante inițiative prin care spații și clădiri publice ar putea fi convertite în spații de expoziție și creație accesibile. De asemenea, aproape un sfert din respondenți consideră că atât granturile cât și bursele și rezidențele de lucru și creație ar putea reprezenta un ajutor important în depășirea greutăților (mai ales financiare) aduse de pandemia COVID-19. Mai puțin de 10% dintre respondenți consideră că este important să existe subvenții pentru plata chiriilor aferente spațiilor de lucru.

Fig. 3.3.16

Modalități de susținere a sectorului cultural și creativ (N=63)

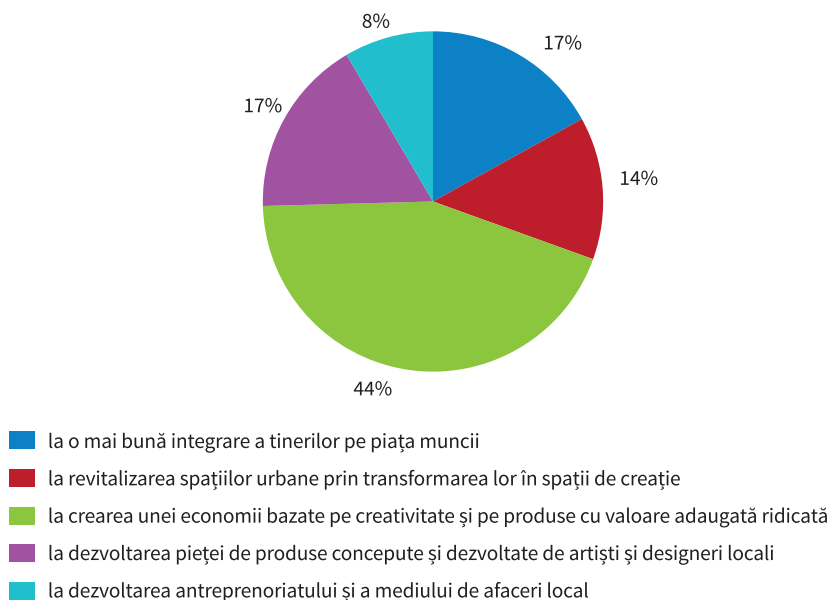


Sursa: Prelucrare date chestionar

Respondenții au fost întrebați și despre modul în care cred că SCC ar putea să contribuie la redresarea post pandemie. Astfel, 44% dintre respondenți consideră că în perioada post COVID-19, rolul cel mai important pe care îl poate juca sectorul cultural și creativ este acela de a contribui la crearea unei economii bazate pe creativitate și pe produse cu valoare adăugată ridicată. Un procent relativ asemănător de respondenți (în jur de 15%) consideră că rolul cel mai important este acela de a contribui la integrarea tinerilor pe piața muncii, la revitalizarea spațiilor urbane prin transformarea lor în spații de creație și la dezvoltarea pieței de produse concepute și dezvoltate de artiști și designeri locali. Figura 3.3.17 redă distribuția răspunsurilor primite.

Fig. 3.3.17

În perioada post Covid-19, rolul cel mai important al industriilor culturale și creative ar trebui să fie acela de a contribui...(N=61)

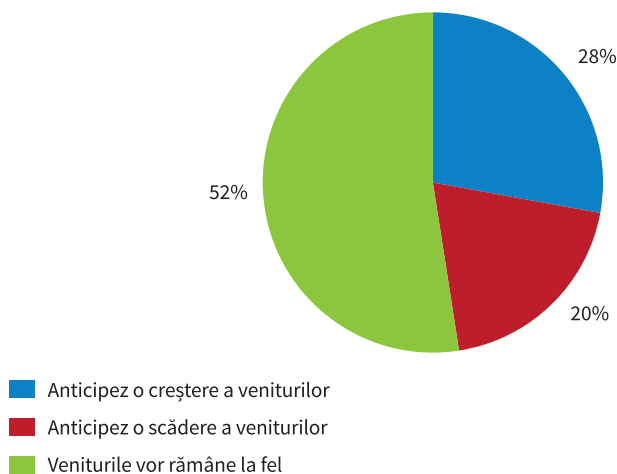


Sursa: Prelucrare date chestionar

Chestionați referitor la impactul prevăzut al pandemiei, peste 50% dintre respondenți cred că veniturile lor vor rămâne, în mare, la același nivel, aproape o treime consideră că acestea vor crește, iar 20% se așteaptă ca acestea să scadă.

Fig. 3.3.18

Gândindu-vă la dificultățile impuse de contextul actual, cum evaluați dinamica veniturilor dumneavoastră în perioada următoare? (N=61)



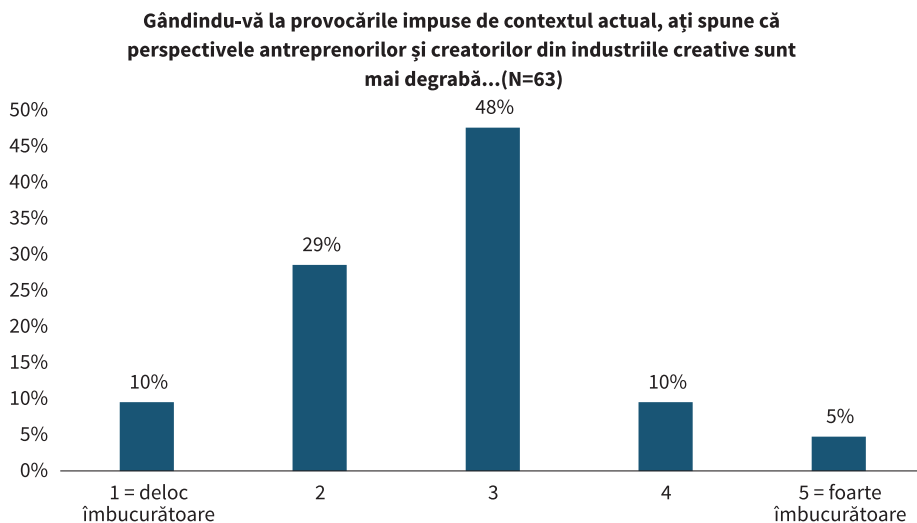
Sursa: Prelucrare date chestionar

La finalul chestionarului a existat și o întrebare deschisă prin care am încercat să aflăm ce alte probleme a mai creat pandemia pentru persoanele care activează în SCC; mai mult de zece respondenți au împărtășit cu noi îngrijorările lor. Pentru câțiva dintre respondenți, pandemia a generat dificultăți la nivelul interacțiunii sociale, care, la rândul lor, au creat probleme de ordin emoțional sau psihic. De aceea, un respondent consideră că este foarte important să existe un grup al celor care activează în SCC unde se pot discuta atât problemele create de pandemie, cât și soluțiile identificate sau direcțiile unde este nevoie de mai multă inovare. Mai mulți respondenți consideră că inovarea este una din strategiile principale prin care obstacolele aduse de criza de sănătate publică ar putea fi depășite. De asemenea, unii respondenți s-au plâns de aglomerarea instituțiilor la momentul efectuării tranziției către mediul online, iar alții au considerat că presiunea înspre digitalizare poate deveni un aspect pozitiv care ajută la dezvoltarea unor aptitudini necesare în domeniu. Un respondent a mai menționat că populația locală trebuie educată astfel încât să valorizeze produsele locale, fie că e vorba de cele din sfera comercială sau artistică și culturală.

3.3.5 PERSPECTIVE ASUPRA ANTREPRENORIATULUI DIN SCC

În această secțiune a chestionarului am încercat să observăm atitudinile respondenților asupra antreprenoriatului în sectoarele culturale și creative. Aproape 40% dintre respondenți sunt fie antreprenori în acest domeniu, fie lucrează în regim freelance, ceea ce face răspunsurile lor cu atât mai relevante. Perspectivele de viitor ale antreprenorilor și creatorilor din industriile creative sunt percepute cu o doză însemnată de pesimism, doar 5% dintre respondenți considerând că acestea sunt foarte îmbucurătoare, iar 9% estimând că acestea sunt relativ îmbucurătoare. În contrast, 38% consideră că perspectivele sunt fie deloc îmbucurătoare sau mai degrabă neîmbucurătoare.

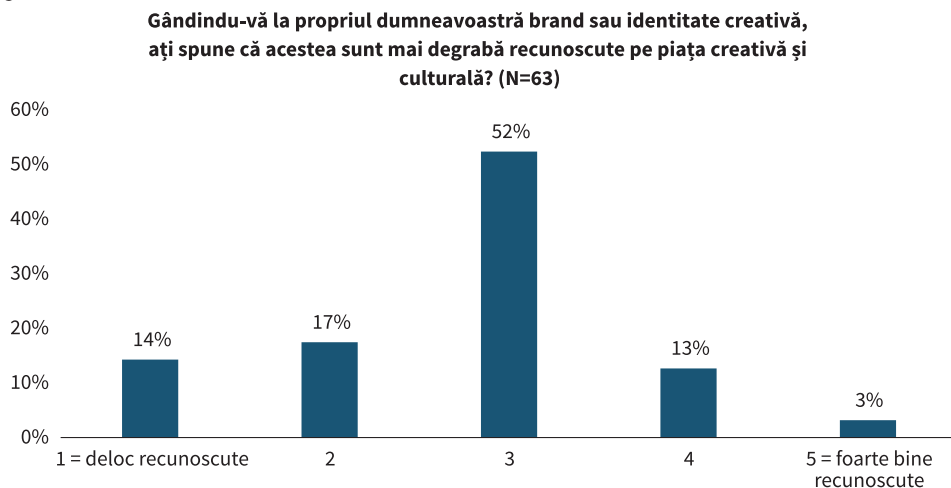
Fig. 3.3.19



Sursa: Prelucrare date chestionar

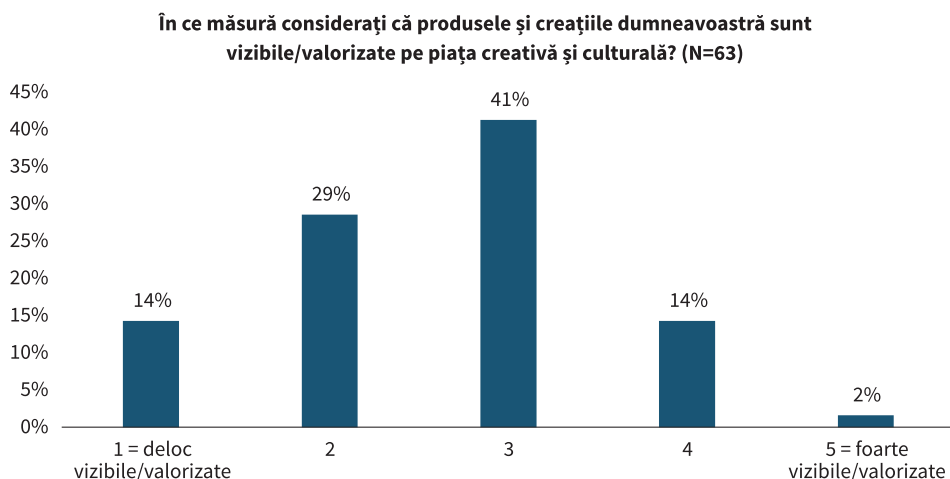
Încercând să aflăm cum se percep creatorii pe ei înșiși și brandurile lor, constatăm că doar 3% consideră că brandul sau identitatea lor creativă este bine recunoscută, pe când 14% consideră că nu sunt deloc cunoscute.

Fig. 3.3.20



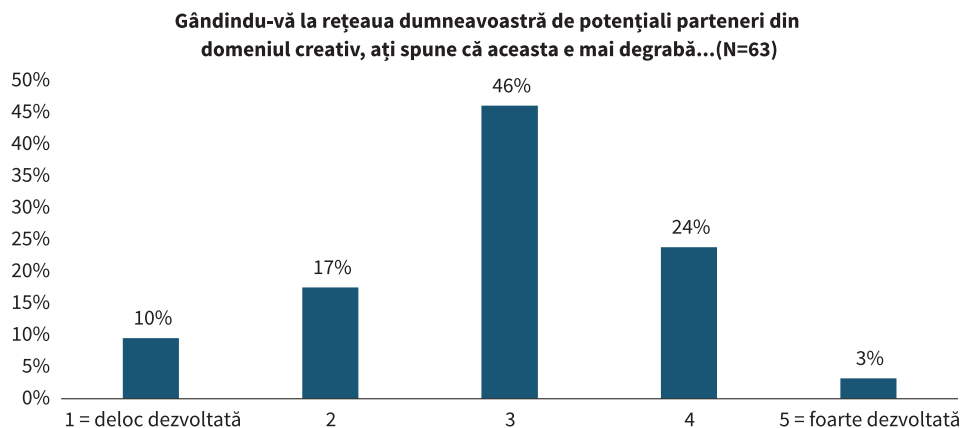
Sursa: Prelucrare date chestionar

Deși aproape jumătate din cei intervievați consideră că produsele și creațiile lor nu sunt nici vizibile nici invizibile, doar 2% au afirmat că acestea sunt foarte vizibile sau valorizate, în comparație cu 14% care s-au situat la cealaltă extremă, considerând că acestea nu sunt deloc vizibile sau valorizate.

Fig. 3.3.21

Sursa: Prelucrare date chestionar

Această tendință se menține și în ceea ce privește rețeaua de parteneri potențiali, dat fiind că doar 3% cred că acea rețea este foarte dezvoltată, pe când 10% consideră că nu este deloc dezvoltată. Importanța parteneriatelor este de la sine înțeleasă, dar aceasta crește în condițiile în care domeniul SCC are nevoie de coeziune sporită pentru a putea face față provocărilor impuse de pandemia COVID-19, dar și pentru a putea prezenta autorităților locale și naționale nevoile neacoperite ale acestui sector.

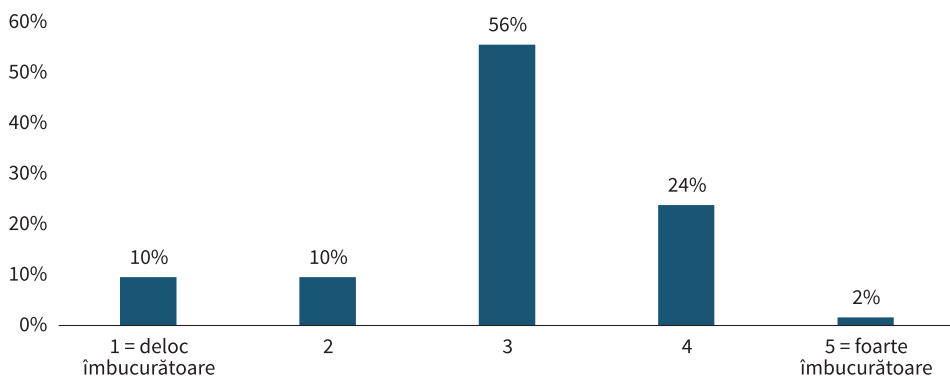
Fig. 3.3.22

Sursa: Prelucrare date chestionar

Pandemia a pus presiuni suplimentare pe activitatea celor implicați în industriile culturale și creative. Cu toate acestea, mai mult de un sfert dintre aceștia consideră că perspectivele de viitor sunt fie foarte îmbucurătoare, fie mai degrabă îmbucurătoare. Astfel, se poate observa că o parte dintre respondenți privesc cu optimism către viitor (26%), deși mai mult de jumătate consideră că situația lor va rămâne neschimbată.

Fig. 3.3.23

Gândindu-vă la dificultățile impuse de contextul actual, cum evaluați perspectivele dumneavoastră de viitor în industriile culturale și creative? (N=63)



Sursa: Prelucrare date chestionar

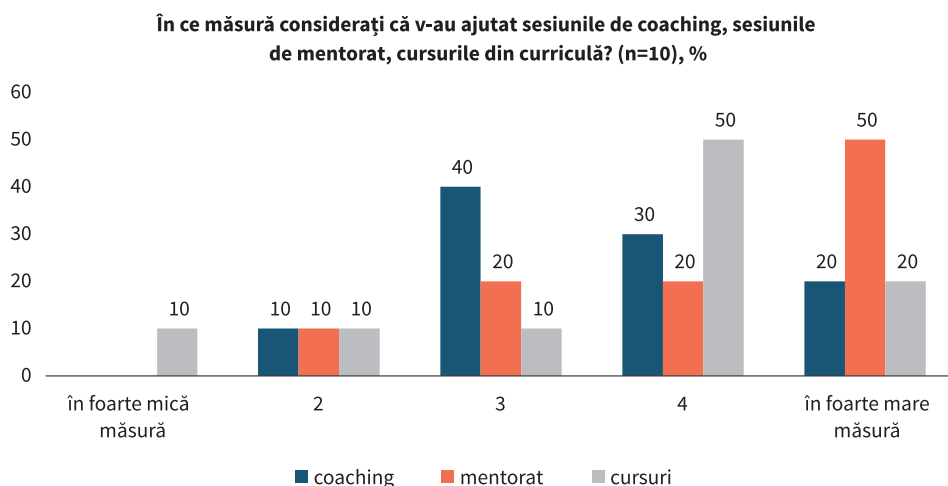
Deși toți respondenții au întâmpinat probleme din cauza restricțiilor cauzate de pandemie, dar și de pandemia în sine, în mare, atitudinea lor nu este neapărat pesimistă. Se observă mai degrabă o mobilizare și o privire moderat optimistă spre viitor. De asemenea, respondenții consideră că implicarea instituțiilor publice locale și naționale, dar și a sectorului privat și a societății civile este necesară în eforturile de redresare post-pandemie.

3.3.6 CULTUREPRENEURS

Din totalul celor 63 de profesioniști care au completat chestionarul online, doar 10 sunt absolvenți ai programului Culturepreneurs. Dintre aceștia, 4 au urmat cursurile ediției din 2019, iar 6 au participat la ediția 2020-2021.

Absolvenții Culturepreneurs au fost rugați să evalueze **utilitatea percepută** a unor aspecte cheie ale programului parcurs: sesiunile de mentorat, sesiunile de coaching și cursurile cuprinse în curriculum. Mai jos sunt redate grafic răspunsurile obținute (valorile din grafic reprezintă procente), participanții la sondaj având la îndemână o scală de 5 puncte, unde valoarea 1 înseamnă „în foarte mică măsură”, iar 5 semnifică „în foarte mare măsură.”

Fig. 3.3.24



Sursa: Prelucrare date chestionar

Se poate observa că sesiunile de mentorat au întrunit cele mai numeroase evaluări puternic pozitive (jumătate dintre absolvenți apreciază că sesiunile au fost de ajutor *în foarte mare măsură*), sesiunile de coaching și cursurile atrăgând comparativ mai puține aprecieri maxime. Respondenții care au apreciat că sesiunile parcurse le-au fost utile au fost rugați să explice care au fost elementele pe care le-au evaluat pozitiv. Observațiile oferite de aceștia sunt redată mai jos.

Ce au apreciat absolvenții la sesiunile de mentorat

“Calitatea informațiilor”

“Toți au fost foarte pregătiți, profesioniști, deschiși, sinceri”

“Am primit un impuls și o nouă perspectivă asupra a cum pot fi de folos comunității”

“Multe topicuri interesante și mentori foarte faini și profi”

Ce au apreciat absolvenții la sesiunile de coaching

“Am învățat să fac prezentări mai clare”

“Custom design, implicarea și deschiderea coach-ului”

“M-au ajutat să mă focusez pe lucrurile importante și să le accentuez în proiectele mele”

“Profesionalismul, experiența în domeniu”

În mod similar, participanții la sondaj care au urmat anterior programul Culturepreneurs au fost întrebați care dintre cursurile sau modulele parcurse le-au fost de cel mai mare ajutor și în ce fel. Respondenții s-au referit în acest sens la cursul de marketing, cel de custom design, cursul de design de produs, system thinking, strategie, management financiar și cursurile legate de educația financiară. În observațiile respondenților se regăsește și aprecierea faptului că programul a facilitat contactul cu specialiști în domeniu și networking cu experți din diferite arii de activitate.

Absolvenții au fost întrebați dacă pot da exemple de cunoștințe și abilități practice oferite de program pe care le-au putut ulterior aplica în propria activitate profesională. Cei care au oferit asemenea ilustrări s-au referit la cu precădere la Business Model Canvas și, în general, la cunoștințele de management dobândite.

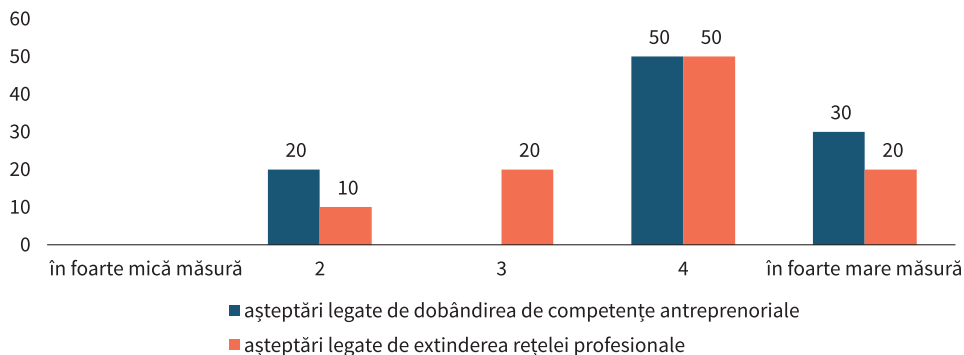
“M-au ajutat să îmi structurez mai ușor diferitele etape din procesul de design și producție”

“M-a făcut să privesc altfel modul în care funcționează firma”

Întrebați în ce măsură programul Culturepreneurs i-a ajutat în dezvoltarea competențelor antreprenoriale, respondenții au oferit răspunsuri care indică fie opinii mai degrabă neutre (3 respondenți), fie evaluări pozitive (3 respondenți), respectiv puternic pozitive (4 respondenți). Din punct de vedere al absolvenților programului care au participat la sondaj, cel mai valoros element de care au beneficiat în cadrul programului Culturepreneurs este contactul cu profesioniști (4 respondenți), urmat de extinderea rețelei de potențiali colaboratori (3 respondenți). Dintre variantele de răspuns oferite, au mai fost menționate și înțelegerea domeniului în care activează din perspectivă antreprenorială (2 respondenți), respectiv o mai bună înțelegere a pieței creative și culturale din zonă (1 respondent).

Un alt aspect explorat în cadrul acestei secțiuni se referă la măsura în care Culturepreneurs a răspuns așteptărilor pe care participanții le-au avut în legătură cu extinderea rețelei profesionale, respectiv în ceea ce privește dobândirea de competențe antreprenoriale. Figura de mai jos redă distribuția procentuală a răspunsurilor primite, relevând conturarea unor evaluări majoritar pozitive pentru ambele tipuri de așteptări.

Fig. 3.3.25 Măsura în care programul Culturepreneurs a răspuns așteptărilor participanților (n=10), %



Sursa: Prelucrare date chestionar

Respondenții au fost întrebați și dacă au existat alte modalități prin care programul Culturepreneurs i-a ajutat să se dezvolte profesional, în afară de aspectele deja discutate mai sus. Cei care au răspuns acestei întrebări s-au referit la aspecte precum: o înțelegere sporită a noțiunilor de management, marketing și story-telling și aplicarea lor în practică, crearea de legături cu profesioniști din domeniu, încurajarea de a continua procesul de învățare, creșterea capacității de a dezvolta afacerea în mediul online.

Pentru creionarea unei imagini cât mai cuprinzătoare despre experiența parcursă în cadrul programului, absolvenții au fost întrebați și care ar fi, în opinia lor, aspectele ce ar putea fi îmbunătățite în perspectivă. Răspunsurile oferite de aceștia se referă la: mai multe sesiuni de coaching, simulări, laboratoare mai variate, planificare, organizarea, partea de practică, reducere la nivel începător, susținere financiară, claritate în legătură cu ce proiecte sunt dorite de comisia care aprobă finanțarea acestora. Jumătate dintre absolvenții cuprinși în studiu susțin că ar recomanda “în foarte mare măsură” programul Culturepreneurs către alte persoane ce activează în industriile creative, 3 dintre ei ar recomanda programul “în mare măsură”, restul de 2 opinii exprimate sugerând o poziție neutră în această privință.

Absolvenții au fost întrebați și ce sumă ar fi dispuși să alocate în situația în care ar trebui să plătească pentru urmarea programului Culturepreneurs. Având de ales între 4 scenarii tarifare, jumătate dintre respondenți au optat pentru intervalul de preț 1000-1500 RON, 2 dintre ei au indicat intervalul 1500-2000, 2 au ales scenariul minimal cu 500 RON, un singur respondent indicând intervalul 500-1000 RON.

În ceea ce privește utilitatea programului Culturepreneurs în dezvoltarea competențelor antreprenoriale în sectorul cultural și creativ, rata mică de răspuns nu ne oferă date semnificative statistic, însă ne indică aspecte care arată că acest program este util și relevant pentru sectorul cultural și creativ. Astfel, într-un context în care majoritatea profesioniștilor din aceste domenii lucrează ca antreprenori și freelanceri și se poziționează pe o poziție mai degrabă neutră sau moderat pozitivă atunci când vine vorba de vizibilitatea brandului sau identității lor creative, programul Culturepreneurs poate fi util prin sesiunile de mentorat și coaching și cursurile pentru dezvoltarea unui plan de afaceri sau a managementul unei companii. Programul Culturepreneurs apare ca fiind util și pentru structurarea mai bună a ideilor de afaceri și pentru o mai bună poziționare în comunitatea creativă. Cei care au răspuns la întrebările legate de programul Culturepreneurs consideră că programul a răspuns așteptărilor lor și că informațiile prezentate precum și formatorii și mentorii programului au fost la un nivel ridicat de calitate.

Cu toate acestea, atunci când au fost întrebați despre tipul de sprijin de care au nevoie pentru a se dezvolta, în condițiile în care cei mai mulți se declară ca fiind moderat vizibili din punct de vedere al identității și brandului de creator în comunitatea creativă și pe piața culturală, și cu perspective moderate de a-și crește veniturile în viitor, doar 8% dintre respondenți au menționat nevoia de programe pentru dezvoltarea competențelor antreprenoriale. E posibil ca la nivelul SCC din Cluj-Napoca și ZMC să nu existe încă o percepție clar formată asupra ofertei de programe de formare precum Culturepreneurs, dar nici asupra beneficiilor sau importanței acestor programe. În pofida discursului care promovează antreprenoriatul în sectoarele creative, este posibil ca o bună parte din cei care activează în acest sector să aibă o perspectivă diferită. Deși cei mai mulți dintre cei chestionați în acest studiu fac parte din categoria celor care lucrează ca antreprenori sau freelanceri, aceștia nu plasează nevoia de profesionalizare ca antreprenori în topul nevoilor lor de formare. O explicație ar putea fi aceea că cei mai mulți se percep mai degrabă drept creatori sau artiști și mai puțin ca antreprenori, considerând astfel că în sectoarele culturale și creative sunt necesare alte tipuri de competențe decât cele necesare în restul domeniilor economice sau profesionale. O altă explicație posibilă este aceea că lucrătorii din SCC au nevoie de programe mai scurte, axate pe nevoi specifice de managementul și administrarea unei companii.

În ceea ce privește replicarea și îmbunătățirea programului, respondenții au indicat nevoia de a replica programul, însă sub o formă în care așteptările asupra proiectelor dezvoltate în cadrul programului să fie comunicate mai bine, iar numărul de sesiuni de coaching și simulări sau laboratoare de lucru să crească. În privința formulei în care acest program poate continua, cei care au răspuns la întrebările legate de programul Culturepreneurs au indicat disponibilitatea moderată de a plăti pentru a lua parte la

program, însă sumele cele mai frecvent vehiculate se află mult sub media celor mai multe programe de formare de acest tip de pe piață.

3.3.7 CONCLUZII

Pentru a înțelege mai bine perspectiva profesioniștilor asupra climatului din SCC din Cluj-Napoca și ZMC la un an de la pandemie, reluăm într-o formă concisă câteva dintre cele mai importante puncte relevate de analiza de mai sus:

- Sondajul online la care au răspuns 63 de persoane a urmărit atât creionarea percepției celor care activează în SCC asupra propriului domeniu și a provocărilor asupra acestuia aduse de pandemia COVID-19, cât și importanța programelor de dobândire a abilităților antreprenoriale, precum Culturepreneurs.
- Eșantionul cuprinde antreprenori din industriile creative, freelanceri, angajați în diverse subdomenii ale SCC, dar și studenți sau persoane care își desfășoară activitatea principală în alte domenii decât SCC.
- 15,9% din totalul participanților lucrează în design, 11,1% în arhitectură, urmați de cei din domeniul organizării de evenimente culturale (9,5%), fotografie (6,3%) și media digitală (6,3%).
- Pentru aproximativ 60% dintre respondenți există o corelare percepută substanțială între pregătirea pe care o dețin și ocupația lor actuală, iar circa două treimi sunt mulțumiți sau foarte mulțumiți de locul de muncă actual.
- Peste 40% dintre respondenți activează doar în sfera SCC, iar cea mai mare parte a respondenților (44,4%) se declară mulțumiți de veniturile lunare obținute în acest domeniu.
- Principale provocări întâlnite pe piața muncii în SCC sunt: lipsa oportunităților de angajare în domeniul sau specializarea pentru care s-au pregătit (17,5%), lipsa de predictibilitate a veniturilor (17,5%), lipsa de cunoștințe despre business management (11,1%), piața insuficient de dezvoltată pentru serviciile și produsele oferite (9,5%), salariile prea mici din industriile creative (7,9%), respectiv lipsa unor măsuri de sprijin instituționale pentru industriile creative (7,9%).
- În contextul pandemiei COVID-19, o treime dintre respondenți au întâmpinat dificultăți financiare cauzate de scăderea veniturilor. În aceste condiții, cei mai mulți respondenți consideră statul ca principalul actor responsabil în identificarea și crearea de strategii de susținere a sectoarelor culturale și creative.
- Respondenții au indicat și modurile în care instituțiile publice ar trebui să susțină comunitatea creativă din Cluj, iar răspunsurile s-au concentrat în jurul următoarelor idei: sprijin în administrarea unei afaceri, facilitarea organizării de evenimente, punerea la dispoziție de spații de lucru, oferirea de stimulente financiare, sprijin în formarea de rețele profesionale, organizarea de programe de formare profesională.
- Referitor la formele de ajutor care ar fi cele mai utile în susținerea SCC în timpul pandemiei, respondenții au menționat următoarele: crearea de programe locale destinate finanțării sectoarelor culturale și creative, scutirea de taxe și impozite pentru o anumită perioadă de timp, inițiative prin care spații și clădiri publice ar putea fi convertite în spații de expoziție și creație accesibile, granturi, dar și burse și rezidențe de lucru.

- Perspectivile de viitor ale antreprenorilor și creatorilor din industriile creative sunt percepute cu o doză însemnată de pesimism, doar 5% dintre respondenți considerând că acestea sunt foarte îmbucurătoare, iar 9% estimând că acestea sunt relativ îmbucurătoare. În contrast, 38% consideră că perspectivele sunt fie deloc îmbucurătoare, sau mai degrabă neîmbucurătoare.
 - Programul Culturepreneurs a fost urmat de 10 din cei 63 de respondenți. Sesiunile de mentorat au fost îndeosebi apreciate de participanți, sesiunile de coaching și cursurile atrăgând comparativ mai puține aprecieri maxime, dar beneficiind în general de evaluări pozitive. Modulele cele mai bine cotate în cadrul programului sunt: marketing, custom design, design de produs, system thinking, strategie, management financiar și cursurile legate de educația financiară.
 - Jumătate dintre absolvenții cuprinși în studiu susțin că ar recomanda “în foarte mare măsură” programul Culturepreneurs către alte persoane ce activează în industriile creative, 3 dintre ei ar recomanda programul “în mare măsură”, restul de 2 opinii exprimate sugerând o poziție neutră în această privință.
 - Programul Culturepreneurs este relevant și util pentru dezvoltarea competențelor antreprenoriale și de management ale profesioniștilor din SCC. Pentru edițiile viitoare, acesta trebuie să comunice mai clar participanților așteptările programului, competențele dobândite, plasând un accent mai puternic pe sesiuni practice, laboratoare de lucru, sesiuni de mentorat, care să le permită participanților să lucreze în mod direct la proiectele lor și să își dezvolte într-un mod structurat și prin experiență practică competențele manageriale.
 - Deși se vorbește la nivel local despre încurajarea antreprenorilor din SCC din Zona Metropolitană Cluj, iar programe precum Culturepreneurs încearcă să dezvolte competențele antreprenoriale și să capaciteze proiectele creative locale, la nivelul creatorilor și antreprenorilor din acest domeniu potențialele beneficii pe care le pot aduce participarea la programele de formare de acest tip nu sunt pe deplin înțelese. E posibil ca această atitudine să derive și din nevoia de a avea programe mai scurte și mai bine centrate pe nevoile antreprenorilor. Una din principalele nevoi identificate de respondenți este aceea de a avea acces la sesiuni extinse de mentorat și la laboratoare de lucru practice. O posibilă variantă în care programul Culturepreneurs să continue poate fi printr-o evaluare în prealabil a nevoilor din comunitatea creativă și ajustarea programului în funcție de nevoile identificate.
-

3.4. EVALUAREA STĂRII INDUSTRIILOR CREATIVE DIN ZMC LA UN AN DE LA ÎNCEPUTUL PANDEMIEI

3.4.1 OBIECTIVUL ACESTUI CAPITOL

În următorul capitol urmărim să identificăm principalele provocări la adresa SCC în Cluj-Napoca și ZMC, așa cum sunt ele percepute de către persoanele care activează în acest domeniu. Pe baza datelor colectate prin interviuri semi-structurate, încercăm să arătăm ce cred membrii comunității din sfera culturală și creativă din Cluj despre principalele probleme cu care se confruntă în derularea activității profesionale și care cred ei că ar fi soluțiile la aceste probleme. Secțiunea următoare încearcă să surprindă realitatea din SCC așa cum se vede ea în spatele tendințelor macroeconomice și cifrelor sau a cadrelor de referință oficiale. Așadar, în acest subcapitol vom prezenta și recomandări de intervenție/acțiune menite să faciliteze dezvoltarea SCC în Cluj și să sporească reziliența acestui sector. La începutul capitolului, discutăm rezultatele studiului Creative Cities Monitor, care oferă o perspectivă comparativă atât spațială, cât și temporală asupra evoluției SCC în Cluj.

3.4.2. RELEVANȚA INDICATORILOR DIN CULTURAL AND CREATIVE CITIES MONITOR ȘI CÂTEVA PERSPECTIVE DESPRE DIRECȚIA ÎN CARE EVOLUEAZĂ SCC DIN ZONA METROPOLITANĂ CLUJ

Municipiul Cluj-Napoca este de cele mai multe ori descris în declarațiile oficiale, strategiile de dezvoltare, campaniile de promovare ale unor festivaluri, chiar și în promovarea celor mai importante universități din oraș, drept un oraș caracterizat de o moștenire culturală valoroasă și de un dinamism cultural și creativ remarcabil. Creativitatea orașului este deseori prezentată în discursurile administrației locale drept o resursă care trebuie valorificată și alimentată, fiind totodată un factor de diferențiere pe plan economic, cultural și universitar. Acest statut a primit și o anumită recunoaștere internațională odată cu candidatura la titlul de Capitală Culturală Europeană. Statutul de oraș candidat a purtat pentru un timp la nivel european ecurile celor mai importante și vizibile „instituții culturale” din Cluj-Napoca, care au devenit vizibile în ultimii ani: Fabrica de Pensule, Electric Castle, TIFF și mai recent Centrul de Interes, Untold sau Jazz in the Park. La momentul candidaturii, orașul părea favorit în cursa cu alte localități din România. În raportul anterior publicat de echipa noastră, despre starea industriilor creative din Cluj-Napoca și Zona Metropolitană (realizat în decursul celei de-a doua jumătăți a anului 2019 și publicat în 2021), Cluj-Napoca înregistra o poziție relativ favorabilă, conform indicatorilor din Cultural and Creative Cities Monitor (CCCM).

În ediția din 2017 a CCCM, Cluj-Napoca înregistra scoruri mai mari ale vitalității culturale decât alte orașe cu un nivel de dezvoltare similar sau mai ridicat din Europa Centrală și de Sud-Est (Oltean et al. 2021, vezi secțiunea 3.3). Tot mai vizibil la nivel internațional datorită festivalurilor de muzică și festivalului de film TIFF, apreciat la nivel național pentru ritmul rapid de dezvoltare și atmosfera sa dinamică și vibrantă, Cluj-Napoca apare ca un oraș ce reușește să exploateze eficient capitalul creativ și cultural existent. Cu toate acestea, ultimii ani au adus schimbări felului în care Cluj-Napoca se poziționează în acest clasament. Discutăm aceste schimbări și modul cum se articulează ele la nivelul comunității creative din Cluj. Înainte de a prezenta schimbările din noua ediție CCCM, e important să vedem cum este alcătuit indexul. A doua ediție a studiului Cultural and Creative Cities Monitor prezintă câteva diferențe față de versiunea prealabilă (2017), păstrând structura de bază care permite realizarea de comparații longitudinale. Cei trei sub-indici pe baza cărora este construit indicele orașelor culturale și creative (ICC) continuă să fie aceiași din 2017:

- Intensitatea vieții culturale (*cultural vibrancy*) se referă la „pulsul cultural al orașelor, în termeni de infrastructură culturală și participare culturală” (Montalto et al. 2018, 15); include locații și facilități culturale și participare și atractivitate culturală.
- Economia creativă (*creative economy*) desemnează „modul în care sectoarele culturale și creative contribuie la ocuparea forței de muncă, la crearea de noi locuri de muncă și la capacitatea inovatoare a orașelor” (Montalto et al. 2018, 15); include locuri de muncă în domenii creative și knowledge-based, proprietate intelectuală și inovare și locuri de muncă noi în sectoarele creative.
- Mediul favorizant (*enabling environment*) este înțeles ca reprezentând „resursele tangibile și intangibile care ajută orașele să atragă talente creative și care stimulează implicarea culturală” (Montalto et al. 2018, 15); include capital uman și educație, deschidere, toleranță și încredere, conectare locală și internațională și calitatea guvernării locale.

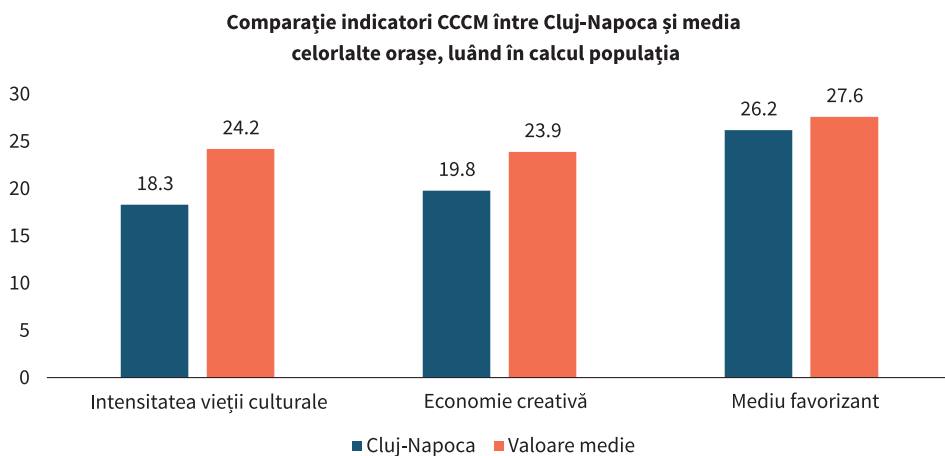
Spre deosebire de ediția 2017 însă, numărul orașelor incluse în analiză a crescut. Criteriile pentru includerea unui oraș în studiu au fost:

1. Orașe care au fost sau vor fi Capitale Europene ale Culturii până în 2019 sau care au fost incluse pe lista scurtă pentru a deveni Capitale Europene ale Culturii până în 2023 (mai mult cu 5 orașe față de 2017);
2. Orașe Creative UNESCO, dar eliminând suprapunerile cu categoria 1 (mai mult cu 11 orașe în comparație cu 2017);
3. Orașe care găzduiesc cel puțin două festivaluri culturale în mod regulat (până în 2018) (mai mult cu 6 orașe în comparație cu 2017). (pentru detalii, vezi Montalto et al. 2019, Annex I)

Pentru calcularea indicilor, în 2019, au fost incluse 179 de orașe (deși numărul total al acestora a fost mai mare, 190, date cantitative există doar pentru 179).

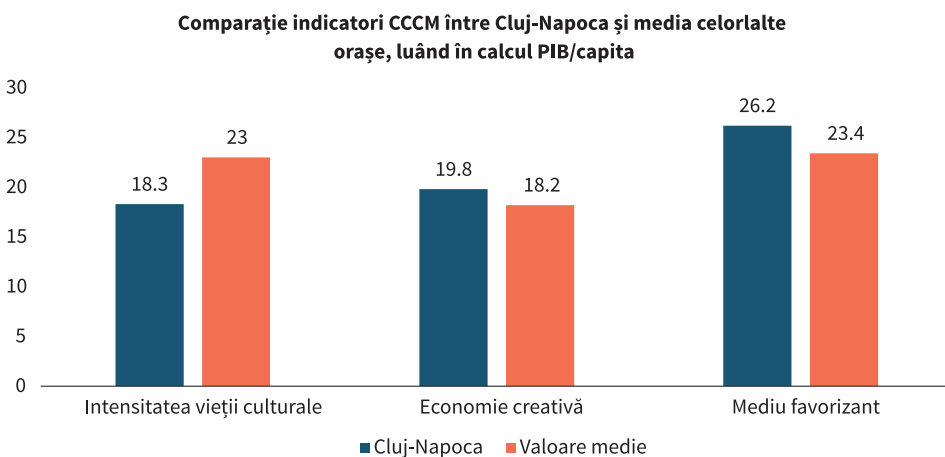
Cum și unde se plasează Cluj-Napoca din perspectiva scorului performanței culturale?

Cluj-Napoca se plasează pe locul 24 din punct de vedere al scorului general al performanței culturale, raportat la populația sa sau la PIB/capita, și pe locul 15 raportat la rata celor activi pe piața muncii. Dacă analizăm situația pe subindicatori, aceasta este mai nuanțată. În raport cu populația sa, Cluj-Napoca se plasează sub media întregului eșantion la toți trei subindicatorii – intensitatea vieții culturale, economia creativă și mediul favorizant.

Fig. 3.4.1

Sursa: prelucrarea autorilor în baza datelor CCCM 2019

Dacă sunt luate în calcul și dimensiunile specifice care constituie indicatorii principali, Cluj-Napoca este sub medie la toate categoriile, cu excepția deschiderii, toleranței și încrederii și a numărului locurilor de muncă din sectorul creativ și cultural. Decalajul cel mai mare între Cluj și medie, se înregistrează la categoriile proprietate intelectuală și inovare, conectare locală și internațională și calitatea guvernării locale, dimensiuni pentru care Cluj-Napoca este mult sub media eșantionului.

Fig. 3.4.2

Sursa: prelucrarea autorilor în baza datelor CCCM

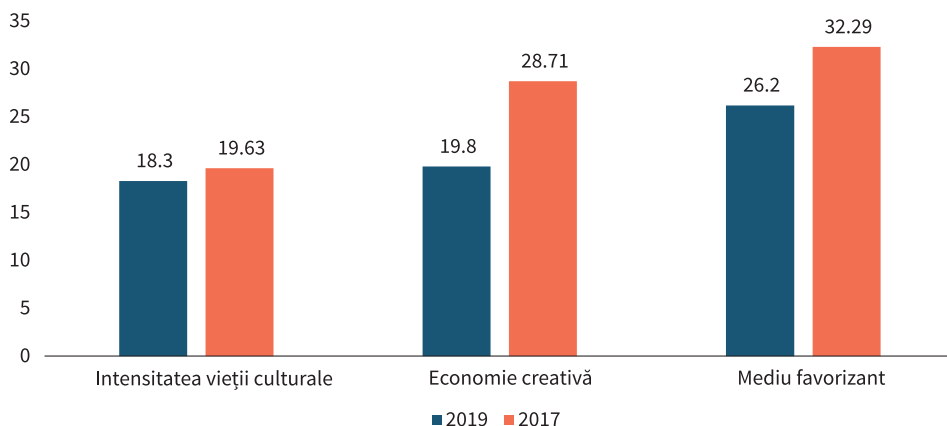
În raport cu PIB/capita, Cluj-Napoca se situează deasupra mediei eșantionului pentru doi indicatori, economia creativă și, respectiv, mediul favorizant.

Decalajul cel mai mare între Cluj și medie, se înregistrează din nou la categoriile proprietate intelectuală și inovare, conectare locală și internațională și calitatea guvernării locale, dimensiuni pentru care Cluj-Napoca este mult sub media eșantionului. De fapt, valorile ridicate ale indicatorilor economie creativă și mediu favorizant sunt influențate disproporționat de valori foarte ridicate la două dimensiuni, locurile de muncă noi în sectoarele culturale și creative și, respectiv, deschiderea, toleranța și încrederea.

În comparație cu versiunea prealabilă a studiului CCCM (2017), Cluj-Napoca a înregistrat o scădere a scorului general de performanță culturală (de la 25.79 în 2017, la 20.5 în 2019). Această scădere se datorează regresului în cazul tuturor indicatorilor care formează scorul general de performanță culturală și creativă.

Fig. 3.4.3

Comparație indicatori CCCM între 2017 și 2019 în Cluj-Napoca



Sursa: prelucrarea autorilor în baza datelor CCCM

Într-o comparație cu alte orașe din România, precum Iași sau Timișoara, Cluj-Napoca se situează mai bine decât acestea la aproape toate dimensiunile care formează scorul general de performanță culturală, cea mai mare diferență înregistrându-se la dimensiunile locuri de muncă noi în sectoarele culturale și creative și deschidere, toleranță și încredere. Dimensiunea la care Clujul se situează dramatic sub valorile înregistrate de Iași sau Timișoara este calitatea guvernării locale. În comparație cu alte orașe din spațiul postcomunist care nu sunt capitale, precum Brno (Cehia), Kaunas (Lituania), Gdansk și Katowice (Polonia), Cluj-Napoca excelează la dimensiunea deschidere, toleranță și încredere. În comparație cu aproape toate aceste orașe însă, Cluj-Napoca se situează într-o poziție semnificativ inferioară în ceea ce privește calitatea guvernării locale, capitalul uman și educația.

Tabel 15

	Cluj-Napoca (RO)	Iasi (RO)	Timisoara (RO)	Brno (CZ)	Katowice (PL)	Gdansk (PL)	Kaunas (LT)
Cultural and Creative Cities Index	20.5	16.1 (-4.4)	18.1 (-2.4)	20.0 (-0.6)	18.9 (-1.6)	22.2 (+1.7)	21.7 (+1.2)
- Cultural Vibrancy	18.3	14.8 (-3.5)	14.6 (-3.7)	21.2 (+2.9)	16.1 (-2.2)	17.7 (-0.6)	19.5 (+1.1)
+ Cultural Venues & Facilities	11.5	9.9 (-1.6)	9.2 (-2.3)	22.0 (+10.4)	17.0 (+5.5)	12.6 (+1.0)	10.9 (-0.6)
+ Cultural Participation & Attractiveness	25.1	19.7 (-5.4)	19.9 (-5.2)	20.5 (-4.7)	15.3 (-9.9)	22.9 (-2.2)	28.0 (+2.9)
- Creative Economy	19.8	14.3 (-5.6)	17.1 (-2.7)	15.3 (-4.6)	19.3 (-0.5)	25.1 (+5.3)	24.1 (+4.2)
+ Creative & Knowledge-based Jobs	17.0	14.5 (-3.3)	18.0 (+1.1)	25.5 (+7.7)	10.8 (+1.0)	7.5 (-10.4)	28.4 (+10.6)
+ Intellectual Property & Innovation	0.7	0.8 (+0.1)	3.6 (+3.0)	8.8 (+8.1)	7.3 (+6.7)	14.8 (+14.2)	3.3 (+2.6)
+ New Jobs in Creative Sectors	31.4	20.7 (-10.7)	22.1 (-9.3)	8.3 (-23.1)	24.9 (-6.5)	48.0 (+16.6)	30.1 (-1.3)
- Enabling Environment	26.2	22.4 (-3.8)	27.1 (+0.8)	26.8 (+0.5)	23.7 (-2.6)	25.4 (-0.8)	21.5 (-4.8)
+ Human Capital & Education	7.8	10.5 (+2.7)	19.4 (+11.6)	40.5 (+32.8)	36.4 (+28.6)	35.4 (+27.7)	9.9 (+2.1)
+ Openness, Tolerance & Trust	55.9	41.7 (-14.2)	44.4 (-11.5)	16.6 (-39.3)	13.4 (-42.5)	15.6 (-40.3)	34.4 (-21.5)
+ Local & International Connections	2.1	5.3 (+3.2)	3.6 (+1.6)	9.5 (+7.4)	12.2 (+10.2)	19.2 (+17.2)	10.7 (+8.7)
+ Quality of Governance	9.1	14.9 (+5.9)	20.1 (+11.1)	49.7 (+40.6)	38.9 (+29.8)	42.0 (+32.9)	43.6 (+34.5)

Analiză date: <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/countries-and-cities/cluj-napoca>

Această analiză succintă a evoluției orașului Cluj-Napoca din perspectiva performanței sale în sectorul cultural și creativ creionează câteva concluzii interesante. În primul rând, potrivit datelor, starea de fapt din Cluj-Napoca pare conformă cu imaginea pe care orașul și-a construit-o în ultimul deceniu: un centru urban dinamic, cu multe posibilități de dezvoltare, care a reușit să creeze locuri de muncă (chiar și în sectorul creativ) și, poate cel mai important, un oraș ai cărui locuitori înțeleg și apreciază importanța diversității și a încrederii sociale. În al doilea rând, nemulțumirile legate de calitatea guvernării locale sunt însemnate și par să se afle pe un trend ascendent, cel puțin în perioada 2017-2019, ani pentru care există date disponibile. În al treilea rând, problemele de conectivitate națională și internațională continuă să afecteze sectoarele culturale și creative, la fel cum afectează toate sectoarele productive. Infrastructura rutieră încă insuficient dezvoltată sau conectarea feroviară precară amenință dinamismul sectoarelor culturale și creative. În concluzie, Cluj-Napoca este un oraș în care persoanele active în sectoarele culturale și creative doresc să muncească, un oraș în dezvoltare, care acceptă diversitatea și provocările aduse de aceasta, dar, în același timp, un oraș în care instituțiile administrației publice locale și centrale nu fac suficient pentru a veni în întâmpinarea nevoilor rezidenților săi, mai ales ale celor implicați în sectoarele culturale și creative. În pofida identității de oraș creativ și centru cultural pe care și-a creat-o, Cluj-Napoca a avut dificultăți în ultimii ani, chiar înaintea pandemiei și efectelor sale nefaste, în a cataliza potențialul creativ și cultural al comunității de aici și a dezvolta structurile existente. Câteva dintre proiectele apărute și dezvoltate organic la nivel local, precum Fabrica de Pensule, au dispărut sau și-au pierdut din forță și vizibilitate din cauza destructurării spațiilor în care funcționau și disensiunilor din cadrul rețelelor de artiști și creatori. Cu toate că există proiecte și clustere creative care s-au dezvoltat organic, acestea au eșuat în încercarea de a crea ecosisteme creative durabile. În pofida unei oarecare diversități a economiei creative și a potențialului creativ existent la nivel local, acestea nu au generat până la acest moment ecosisteme creative în jurul unor domenii precum producția de film, artele vizuale sau publicitate, așa cum s-a întâmplat în București sau în alte capitale. Se remarcă în schimb emergența unui astfel de ecosistem în domeniul jocurilor video, însă și proiectele din această zonă se află în stadiu incipient sau de dezvoltare. Artiștii și creatorii din oraș au probleme în a-și continua activitatea, ca urmare a presiunii foarte mari pe spațiile disponibile în oraș și preferă relocarea în localitățile învecinate din zona metropolitană. Acest fenomen nu va duce la dispariția sectoarelor creative din Cluj-Napoca, însă pune sub semnul întrebării crearea unei comunități creative și a unor ecosisteme care să valorifice capitalul creativ local.

3.4.3 PROVOCĂRILE DIN SECTOARELE CULTURALE ȘI CREATIVE ȘI CUM POT FI ELE ADRESATE

Această subsecțiune conține două părți. În prima parte, trecem în revistă nevoile și provocările identificate de persoanele care activează în sectoarele culturale și creative. Informațiile au fost obținute prin interviuri semi-structurate cu persoane active în sectoarele culturale și creative. În a doua parte, prezentăm și analizăm soluțiile la aceste probleme, așa cum au fost ele identificate de respondenți; tot aici, sunt formulate recomandări pentru îmbunătățirea situației celor ce lucrează în SCC și posibile soluții pentru instituționalizarea sau permanentizarea unor proiecte sau clustere creative care pot transforma scena creativă din Cluj-Napoca și zona metropolitană.

Nevoi și provocări în sectoarele culturale și creative

Din perspectiva dificultăților cauzate de pandemie, provocările s-au datorat, pe de o parte, restricțiilor impuse de autorități, care au limitat mobilitatea și interacțiunea socială, afectând astfel acele sectoare a căror activitate presupune prezența unui public. Pe de altă parte, ele au fost augmentate și de reacțiile lente și/sau ambigue ale autorităților, referitoare la schemele de ajutor pentru susținerea sectoarelor culturale și creative. În ceea ce privește problemele cauzate de restricționarea mobilității și a interacțiunii sociale, sectoarele culturale și creative au reușit într-o oarecare măsură să se adapteze, printr-un efort de digitalizare și inovare, ce a presupus re-inventarea ofertei culturale, astfel încât să corespundă noilor măsuri restrictive (spectacole în aer liber, limitarea accesului publicului la unele manifestări, crearea de evenimente ce solicită înregistrare prealabilă și o programare a intervalelor orare astfel încât să nu se creeze aglomerație). În privința susținerii sectoarelor culturale și creative de către autoritățile locale și naționale în contextul pandemiei, schemele de ajutor și reacțiile autorităților au lăsat mulți lucrători, creatori și artiști din acest domeniu fără sprijin.

1) Cum ar trebui să înțelegem provocările impuse de pandemia COVID-19 asupra SCC

În primul rând, trebuie remarcată distincția clară între persoanele care sunt angajate la o organizație (publică sau privată) din domeniul sectoarelor culturale și creative – care au beneficiat de susținere din partea autorităților în virtutea instituționalizării lor – și cele care lucrează pe cont propriu/freelance, unde măsurile de suport au fost mai puține sau absente. Conform unor respondenți, nu puține au fost situațiile în care cei care activează în sectoarele culturale și creative pe cont propriu au fost nevoiți să își caute un nou loc de muncă în perioada pandemiei, adesea fără legătură cu pregătirea lor, doar pentru a-și asigura traiul. Un respondent a explicat cum, în perioada pandemiei, au existat tentative de a se lua măsuri suplimentare pentru susținerea sectoarelor culturale și creative, una dintre ele blocându-se în 2020, din cauza legislației. Ideea a fost aceea de înființare a unui fond pentru a ajuta operatorii culturali să treacă prin pandemie, însă a existat un blocaj la nivelul cadrului legal existent. Un alt intervievat ne-a explicat cum locul de muncă în afara SCC l-a ajutat să depășească perioada dificilă a primului an al pandemiei, când nu a putut expune și au existat puține evenimente culturale, veniturile obținute din afara SCC contribuind la susținerea atelierului de creație și la participarea de evenimente precum Noaptea Albă a Galeriilor, ce a avut loc în Noiembrie 2021. Datorită lipsei de sprijin, artiștii și creatorii au fost nevoiți să obțină venituri din alte surse pentru a-și putea susține activitatea artistică sau creativă.

În al doilea rând, nu toate domeniile incluse în sectorul cultural și creativ au fost afectate în egală măsură de restricțiile impuse de criza de sănătate publică. Așa cum menționa un respondent, în Cluj-Napoca a existat presiune din partea organizatorilor de evenimente asupra autorităților locale, dar și naționale, pentru a asigura susținere acestor activități, mai ales datorită faptului că evoluția pandemiei a generat multă incertitudine în planificarea evenimentelor, creând o situație complicată pentru organizatorii acestora. Un respondent a lăudat autoritățile locale din Cluj-Napoca pentru continuarea finanțărilor sectorului creativ în timpul pandemiei, iar primarul Emil Boc i-a asigurat pe toți cei care activează în acest

sector de continuarea acestora²³. În Primăria Cluj-Napoca s-a constituit și un grup de lucru responsabil pentru susținerea sectorului cultural și creativ, care, prin dialog cu reprezentanții ai acestui sector, au încercat să contureze strategia de sprijin. Cu toate acestea, este evident că nu toți cei care activează în sectorul cultural și creativ au fost vizati în egală măsură de strategia de sprijin. Astfel, persoanele care lucrează pe cont propriu și cei care activează în domenii mai puțin vizibile/importante (precum artele vizuale) nu s-au simțit la fel de bine reprezentați ca cei ce se ocupă, de exemplu, cu organizarea de festivaluri. Conform unui respondent, dacă la începutul anilor 2010, Cluj-Napoca era un oraș al artelor vizuale, al picturii, în ultimii ani au început să domine festivalurile; această dinamică poate crea un dezechilibru între diferite subsectoare ale domeniului cultural și creativ, mai ales din perspectiva valorizării operatorilor culturali de către instituțiile care pot oferi susținere, dar și din perspectiva în care sunt construite așteptările publicului și este structurată piața culturală.

Pandemia a creat și probleme de ordin emoțional și psihic în rândul celor care activează în sectoarele culturale și creative; mai mulți respondenți au menționat că dificultățile prin care au trecut în această perioadă au fost nu doar financiare, ci și legate de anxietățile specifice unei asemenea crize. Este evident că toată lumea a fost afectată de aceste probleme, însă, în condițiile în care o parte însemnată a celor din domeniul cultural și creativ lucrează pe cont propriu/freelance, angoasa cauzată de criza de sănătate publică s-a suprapus peste incertitudinile derivate din lipsa susținerii financiare și a unei perspective de viitor cât de cât clară. Un respondent a menționat necesitatea creării unor grupuri de suport în domeniul cultural și creativ, prin care cei ce activează în acest domeniu ar putea să interacționeze și să împărtășească probleme și soluții. Dacă asemenea grupuri ar fi susținute și de autoritățile locale, prin orice formă, probabil coeziunea din interiorul sectorului creativ și cultural ar crește.

2) Provocări structurale

Din păcate, provocările structurale întâmpinate de cei care activează în domeniul cultural și creativ sunt mai dificil de adresat și rezolvat decât cele impuse de pandemie, chiar dacă ultimele, într-o oarecare măsură, derivă din primele. Deși Cluj-Napoca este un oraș vibrant din punct de vedere cultural, multe din problemele identificate de respondenți au un efect negativ semnificativ asupra dezvoltării sectoarelor culturale și creative.

În primul rând, conform unui respondent, România nu are o strategie națională coerentă pentru susținerea sectoarelor culturale și creative. Deși referirile la importanța acestor sectoare abundă în discursul instituțiilor publice, măsurile luate sunt modeste și nu foarte eficiente. De asemenea, există și o problemă de terminologie, datorată faptului că nu se face o distincție clară între economie creativă și sector creativ, iar economia sau industriile creative nu sunt clar definite de legislație. Aceste ambiguități se răsfrâng și asupra modului în care se construiesc comunitățile celor din sectorul cultural și creativ, a identității acestora, dar și a sentimentului de apartenență la ele. Desigur, competiția care caracterizează orice sector economic și profesional poate fi unul din motoarele dezvoltării sale, însă precondiția apariției acestui efect pozitiv este acordarea unei susțineri echitabile tuturor subdomeniilor care constituie domeniul cultural și creativ și tuturor membrilor acestuia. Conform unor respondenți, faptul că în Cluj-Napoca identitatea culturală asumată a orașului s-a transformat în ultimii ani, axându-se pe festivaluri și evenimente cu participare largă și cu un impact financiar masiv, a condus la dezvoltarea inegală a diverselor subsectoare culturale și creative. În general, acele subsectoare culturale și creative care se dovedesc cele mai lucrative sunt susținute din multe direcții, iar cele cu un impact financiar și de vizibilitate mai mic rămân în urmă. Teatrul independent sau artele vizuale, sunt aproape inexistente în cadrul de referință al autorităților sau în măsurile de sprijin acordate de acestea. Acest lucru poate duce la dispariția acestor forme de artă și producție culturală, depozitând astfel orașul și comunitatea de aici de o parte din capacitatea sa creativă, dar și de anumite bunuri și organizații culturale care pot juca un rol social și educativ important.

23 <https://actualdecluj.ro/primaria-lui-boc-raspunde-prompt-crizei-din-domeniul-cultural-se-face-o-noua-sesiune-de-finantare-pentru-proiecte-in-toamna-dupa-ce-se-va-sti-clar-ce-evenimente-si-ce-public-vor-fi-permise-in-2020>

În al doilea rând, comunitatea persoanelor creative din Cluj nu are un grad ridicat de coeziune ca urmare a unui set complex de factori. Există o scindare între operatorii culturali foarte vizibili, care pot mobiliza resurse semnificative, și cei care oferă un produs destinat unui public mult mai restrâns, nișat, care, de multe ori, se simt și sunt lăsați în urmă. Conform unui respondent, nu este de mirare că anumiți membri ai comunității culturale și creative au plecat din Cluj-Napoca, fie la București, fie, mai adesea, în străinătate, pentru că nu vedeau o viziune clară și echitabilă de dezvoltare culturală în Cluj. Cu alte cuvinte, lucrurile merg bine în Cluj dacă aparții unui anumit grup și unui anumit sector din domeniul cultural și creativ. Cu siguranță, nu este nimic neapărat rău în a avea competiție în acest domeniu, dar susținerea inegală acordată diverselor subsectoare culturale și creative poate aduce prejudicii atât sectorului cultural în sine, cât și dezvoltării culturale și creative a orașului. De asemenea, lipsa unui ecosistem creativ grupat în jurul câtorva domenii, care să dețină atât spații de lucru cât și spații de expunere, face foarte dificilă formarea și afirmarea tinerilor artiști și producători culturali.

În al treilea rând, deși Clujul este un oraș cu mult inițiative ale societății civile, de multe ori susținute de către autoritățile locale, unii respondenți au criticat lipsa transparenței în ceea ce privește apelurile pentru aplicații de proiecte. Acestea sunt fie prea puțin vizibile, fie par să se adreseze anumitor actori de pe scena culturală și creativă. Cu alte cuvinte, conform respondenților, dacă nu aparții unui anumit grup creativ, posibilitatea accesării de fonduri devine mult mai mică. Acest lucru se datorează și faptului că în comunitatea culturală și creativă din Cluj-Napoca există scindări datorate transformării unor asociații create de aceasta, ceea ce a condus la crearea unui efect de atomizare a celor implicați în sectoarele culturale și creative. Situația este cu atât mai gravă cu cât, conform unor respondenți, acum zece ani, lucrurile stăteau mai bine și comunitatea era mai încheată. Aceste scindări, cuplate cu lipsa resurselor amplificată de pandemie, au dus la destructurarea anumitor ecosisteme creative precum Centrul de Interes și împiedică crearea unor comunități creative mai reziliente.

În al patrulea rând, construcția identitară din punct de vedere economic a orașului Cluj-Napoca influențează activitatea sectoarelor culturale și creative. După cum menționa un respondent, identitatea de hub IT a orașului favorizează construirea/crearea de spații în special pentru aceste tipuri de activități, ceea ce, uneori, exclude de facto accesul la spații pentru cei din domeniul creativ care doresc să deschidă un atelier de producție. Unii respondenți au menționat faptul că și în situațiile în care existau resurse suficiente pentru închirierea unui spațiu pentru desfășurarea activității de creație, acesta nu a putut fi dobândit, pentru că destinația strictă a multor spații de birouri din oraș făcea aplicația lor inacceptabilă. Anumite domenii din SCC din Cluj-Napoca și Zona Metropolitană care au reușit să se dezvolte în logica antreprenorială promovată la nivel local și să devină sustenabile pe cont propriu, prin producția de design de produs, design de interior sau design de produse vestimentare, sunt afectate de transformarea unei porțiuni tot mai mari din spațiul construit în clădiri de birouri sau spații de locuit cu spații comerciale la parter, dinamică dublată de creșterea prețului locuințelor și spațiilor disponibile, fiind tot mai dificilă obținerea unor spații adecvate pentru creație și producție. Așa cum reiese din interviurile realizate, o parte dintre aceștia aleg să părăsească Clujul pentru a se muta în împrejurimi unde aceste spații, deși mai puțin potrivite, pot fi găsite și închiriate la prețuri mai mici. Unii dintre creatorii intervievați, care dețineau anterior ateliere și spații de creație la Centrul de Interes, unde puteau și să expună, au încercat să găsească ceva similar în alte zone ale Clujului. Însă aceste spații fie nu erau disponibile pentru ateliere, fie erau închiriate la prețuri mult prea mari pentru posibilitățile lor, și erau departe de cele mai multe ori de comunitățile artistice și creative. Unul dintre designerii intervievați a subliniat importanța unei comunități în jurul căreia artiștii pot crea și pot lucra. Avantajul de a fi în preajma unei comunități înseamnă dezvoltarea unui capital relațional și a unui capital teritorial, posibilitatea de a câștiga mai multă expunere și avantajul de a lucra aproape de alte persoane creative alături de care pot expune și pot crea proiecte comune. Odată demantelată o astfel de comunitate, reconstruirea sa devine dificilă. Iar încercarea de a recrea o astfel de comunitate creativă în afara orașului ar reduce din vizibilitatea artiștilor și creatorilor.

Cu toate că anumiți creatori de produs sau artiști reușesc să supraviețuiască și chiar să se dezvolte în acest context, dinamica actuală de dezvoltare nu favorizează în mod special SCC din Cluj-Napoca și ZMC. Orașul care a devenit cunoscut datorită Fabricii de Pensule sau datorită unor artiști precum Adrian Ghenie, Marius Bercea, Victor Man, Șerban Savu și care se bucură de un potențial creativ important, pare

să abandoneze în acest moment imaginea sau statutul de oraș creativ, marșând tot mai mult pe aceea de oraș al tehnologiei și pol al dezvoltării inteligente. Peste această imagine de hub IT se suprapune și imaginea de oraș al festivalurilor. Cu toate că această direcție de dezvoltare nu este setată în întregime de autoritățile locale, modelul economic actual care structurează dezvoltarea orașului poate afecta reziliența operatorilor culturali și antreprenorilor creativi locali din afara sectorului IT, dar și pe cea a altor sectoare economice din afara economiei digitale. Deși dezvoltarea ca hub tehnologic aduce beneficii pe plan local și regional, acest model poate genera și efecte mai puțin dorite sau anticipate. Creșterea salariilor în sectorul IT, urmată de creșterea prețurilor spațiilor imobiliare și transformarea celor mai multe spații disponibile în spații de birouri, produce distorsiuni pe piața muncii și a spațiilor locative. Creșterea prețurilor pentru spațiile de lucru care concomitent sunt transformate în spații de birouri sau spații locative face dificilă amenajarea unui atelier de lucru și începerea unei afaceri într-un domeniu care presupune producție, manufactură sau design de produs. Cuplat cu prețul ridicat al închirierii unei locuințe, un cost tot mai ridicat al vieții poate descuraja inițiativele de inovare și deschidere a unei afaceri în această direcție, forțându-i pe cei care vor să încerce acest lucru să se orienteze spre alte localități în afara orașului, să emigreze sau să se orienteze spre alte domenii unde pot obține un venit stabil.

În pofida veniturilor stabile și relativ ridicate pe care le poate oferi sectorul economiei digitale, un astfel de model poate produce ceea ce economistul american Dani Rodrik numește „dualism tehnologic” (Rodrik 2018, 154). Într-un astfel de model, economia digitală se dezvoltă rapid, mult mai repede decât se pot dezvolta alte sectoare, ducând la creșterea acestui sector și a salariilor oferite în economia digitală, în puternic contrast cu alte domenii, care rămân insuficient dezvoltate. Acest fenomen poate fi regăsit cu precădere în țările în curs de dezvoltare, însă el se întâlnește într-o anumită formă și în economiile mai complexe. Statele Unite au devenit epitomul acestui fenomen în ultimul deceniu. În acest model, economia produce locuri de muncă complexe, bine plătite, care necesită un nivel de pregătire ridicat, cu precădere în sectorul tehnologic și financiar, pe de-o parte, și locuri de muncă în servicii, mai prost plătite, care necesită efort fizic și programe de lucru lungi și intense, pe de altă parte. Pe termen lung, un astfel de model produce disparități sociale și economice foarte mari care poate duce la blocarea dezvoltării și la probleme sociale dificil de rezolvat. Conceptul de „industrii creative” a apărut într-un astfel de context, în Marea Britanie, într-o perioadă în care această țară se confrunta cu un proces masiv de dezindustrializare, pierdere a locurilor de muncă și numeroase revolte sociale. Economii creative au devenit soluția pentru contracararea acestor efecte, prin încurajarea antreprenoriatului în direcții neexplorate până atunci. Însă nu este clar în ce fel și în ce context instituțional și economic acest model poate produce dezvoltare și reziliență economică.

În contextul actual din zona metropolitană Cluj, discuția despre reziliența sectoarelor culturale și creative trebuie să țină cont nu doar de efectele pandemiei, ci și de caracteristicile structurale ale economiei locale. Vedem aceste efecte în decizia unui număr tot mai mare de creatori, artiști sau antreprenori de a-și reloca atelierelor în zonele învecinate sau în comunele din zona metropolitană. Acest lucru poate fi benefic într-o anumită măsură pentru dezvoltarea acestor localități, însă poate afecta pe termen lung coagularea acestor inițiative în economii sau ecosisteme creative. Considerăm că discuția despre sectoarele culturale și creative contribuie la o dezbatere mai largă despre tipul de economie și modelele de dezvoltare pe care și le doresc comunitatea și municipalitatea din Cluj-Napoca.

3.4.4 SOLUȚII ȘI RECOMANDĂRI

În această secțiune, punem în discuție soluțiile oferite de respondenți și formulăm recomandări menite să îmbunătățească starea, funcționarea și dezvoltarea sectoarelor culturale și creative din Cluj-Napoca.

1. Este nevoie de crearea unor grupuri de lucru care să includă reprezentanți ai tuturor sub-domeniilor din sectoarele culturale și creative. Pentru reflectarea diversității de voci din interiorul SCC, componența grupurilor ar trebui să asigure prezența atât a celor care lucrează ca angajați ai unor instituții de stat sau private, cât și a celor ce activează pe cont propriu/freelance. Ideal, aceste grupuri de lucru ar trebui să includă și reprezentanți ai autorităților, precum și ai asociațiilor profesionale, ai mediului corporatist și academic. Deși ideea nu este nouă, valoarea sa adăugată provine din accentul pus pe inclusivitate și pe faptul că aceste grupuri de lucru ar putea deveni forumuri de consultare permanente, în care ar fi discutate nu doar nevoile celor din sectoarele culturale și creative, dar și viziunea și strategia de dezvoltare a orașului.
2. Populația locală trebuie atrasă înspre și sensibilizată vis-a-vis de producția culturală și creativă a orașului, astfel încât construcția identitară locală să includă această dimensiune uneori imaterială și, deseori, mai puțin lucrativă. De asemenea, anumite dimensiuni culturale ale orașului trebuie scoase din logica profitului și antreprenoriatului creativ. Amprenta culturală a orașului trebuie să capitalizeze pe diversitatea sectoarelor culturale și creative.
3. Este important ca membrii comunității culturale și creative să fie informați asupra metodelor prin care pot avea acces la resurse, iar aceste resurse trebuie distribuite atât conform unui principiu al competiției, cât și în acord cu o evaluare a nevoilor existente. Este important ca, mai ales pentru cei care se află la începutul unei cariere în domeniile culturale și creative, să existe scheme de susținere din partea autorităților, suplimentate de implicarea actorilor privați, a societății civile și a altor actori cu experiență din aceste domenii. Pentru ca această strategie axată pe solidaritate și acces nelimitat la rețele să funcționeze, este necesar ca autoritățile, atât la nivel local cât și național, să aibă o viziune clară asupra importanței dezvoltării sectoarelor culturale și creative, iar informațiile referitoare la această viziune să fie accesibile pentru oricine.
4. Pentru unii membri ai comunității culturale și creative este foarte important să aibă acces la resurse legate de dobândirea de abilități antreprenoriale. Conform unui respondent, mulți dintre cei care activează în sectoarele culturale și creative nu au abilități antreprenoriale, iar importanța acestora nu este pe deplin înțeleasă. Programul Culturepreneurs al Centrului Cultural Clujean a răspuns deja acestei nevoi, dar continuă să fie importantă atragerea participanților în activități cu asemenea specific.

SECȚIUNEA 4

DISCUȚII

Impactul pandemiei COVID-19 asupra sectoarelor culturale și creative a fost masiv, iar pentru mulți membri ai comunităților creative, restricțiile impuse de criza sanitară au condus la pierderea securității financiare sau imposibilitatea continuării activității. Aceste efecte au fost cu atât mai grave cu cât sectorul era deja afectat de precaritate de dinainte de pandemie. Vulnerabilitatea SCC a fost accentuată pe perioada crizei sanitare, mai ales în condițiile în care cultura nu a fost considerată, în general, un domeniu prioritar de susținere în timpul pandemiei, iar mulți dintre cei care activează în acest domeniu sunt fie freelanceri, fie lucrează cu contracte temporare sau cu fracțiuni de normă.

Pandemia a evidențiat liniile de tensiune dintre retorica antreprenoriatului creativ și nevoile sectorului cultural și creativ. Sectoarele care se pot baza pe producția de bunuri culturale sau generate de munca creativă, care pot fi multiplicare și distribuite la scară largă, de multe ori cu ajutorul tehnologiilor digitale, au reușit să atenueze mai ușor șocul produs de pandemie. Unele au înregistrat creșteri importante și au creat piețe noi. Alte sectoare creative au suferit profund, anumite domenii, precum teatrul independent sau artele spectacolului, ajungând să fie aproape destructurate.

Concluzii

Probleme structurale ale SCC amplificate de pandemie

În acest studiu, am explorat modurile în care pandemia COVID-19 a afectat sectorul cultural și creativ din Cluj-Napoca și Zona Metropolitană. Unul din punctele de pornire în acest demers a fost studiul realizat de echipa noastră în 2019, prin care am urmărit să identificăm nivelul de dezvoltare și evoluția SCC în Zona Metropolitană Cluj. Conform rezultatelor analizei din 2019, orașul Cluj-Napoca are un indice de vitalitate culturală mult mai ridicat decât alte orașe din regiune cu un nivel de dezvoltare sau PIB pe cap de locuitor mai mare sau similar (Oltean et al. 2021). Și în contextul european mai larg, indicatorii cuprinși în Cultural and Creative Cities Monitor (2017) plasează orașul pe o poziție favorabilă în clasamentul municipalităților creative și culturale din Europa, cu un scor bun la capitolul mediu favorizant pentru dezvoltarea sectorului creativ și economie creativă (Oltean et al. 2021, 52). La aceste capitole, Cluj-Napoca se plasează mai bine decât orașe precum Zagreb sau Atena și se află pe poziții similare cu municipalități precum Essen, Gothenburg sau Naumur. În ceea ce privește dezvoltarea sectorului creativ, rezultatele studiului publicat de echipa noastră în 2021 indicau o dezvoltare susținută a SCC în Cluj-Napoca și ZMC de-a lungul unui deceniu, tradusă atât printr-o diversificare a industriilor creative, cât și prin creșterea cifrei de afaceri și a numărului de persoane active în acest sector. Dintr-un oraș post-industrial afectat de lipsa locurilor de muncă, Cluj-Napoca a reușit să realizeze progrese remarcabile într-un timp relativ scurt și să se reinventeze radical. Din perioada când orașul era asociat cu naționalismul lui Gheorghe Funar, Cluj-Napoca a reușit să ajungă ca în mai puțin de un deceniu să fie asociat cu „Fabrica de Pensule”, cu festivalul de film TIFF și cu o comunitate creativă vibrantă. Orașul și-a creat imaginea unui centru dinamic și tolerant, care a reușit să construiască și să coaguleze câteva proiecte creative vizibile la nivel național.

În ultimii ani, Cluj-Napoca a fost deseori oferit drept exemplu celorlalte municipalități din România, drept o comunitate care a convertit capitalul teritorial local în capital creativ și economic, reușind să creeze ecosisteme și rețele creative și proiecte culturale care au dinamizat și dezvoltat sectorul cultural, contribuind la crearea unei economii locale mai reziliente și diversificate. Însă ce-a de-a doua cercetare realizată de echipa noastră în cadrul proiectului Cluj Future of Work a relevat o realitate mult mai complexă. În spatele imaginii de oraș a cărui identitate și dezvoltare economică sunt construite în jurul industriilor și claselor creative, au fost identificate numeroase fracturi. Chiar și perspectiva de oraș creativ a devenit puternic chestionată și criticată de comunitățile artistice și creative din oraș. Analiza cifrei de afaceri a SCC și interviurile cu operatori culturali și creativi ne-au indicat existența unor probleme sistemice care au fost amplificate de pandemie. În pofida creșterii economice premergătoare pandemiei, a apariției câtorva festivaluri vizibile la nivel național și internațional și a creșterii fondurilor alocate sectorului cultural la nivel local, am surprins pe parcursul cercetării o serie de probleme presante: numeroase nemulțumiri venite din partea sectorului creativ și tensiuni generate de accesul la fondurile locale alocate culturii,

lipsa infrastructurii culturale, lipsa spațiilor disponibile pentru a fi transformate în ateliere și prețurile tot mai mari ale locuințelor, însoțite de costurile ridicate ale vieții în Cluj-Napoca. În acest context, cei care activează în SCC cer o mai bună definire a ceea ce înseamnă sectoare creative și diferențierea lor de sectoarele culturale, precum și regândirea priorităților locale și naționale pentru finanțarea acestor sectoare. Încercăm, în secțiunea care urmează, să sintetizăm cele mai importante provocări cu care se confruntă acest sector și să identificăm soluții. Pentru a înțelege mai bine cum se articulează aceste provocări la nivel local și național și care sunt actorii cheie care pot contribui la rezolvarea acestor probleme, continuăm discuția de-a lungul a două dimensiuni de analiză – nivel național și nivel local – incluzând trei categorii de actori importanți: instituții publice și autorități locale, comunitatea culturală și creativă și sectorul privat.

Provocări la nivel național

Problemele și dificultățile sistemice cu care se confruntă scena creativă și culturală din Cluj-Napoca și zona metropolitană au fost amplificate de pandemie. Într-un context în care cifra de afaceri și numărul de angajați ai companiilor care operează în SCC au fost puternic afectate de pandemie, înregistrând scăderi în aproape toate sectoarele creative (cu excepția celor din economia digitală), iar producătorii și artiștii independenți au ajuns în imposibilitatea de a mai practica și de a obține venituri, fără a avea un orizont clar de timp în care își vor putea relua activitatea, resursele insuficiente și lipsa de predictibilitate au creat disensiuni în interiorul rețelelor creative și au afectat dialogul dintre SCC și autorități. Aceste dificultăți și disensiuni nu au fost rezolvate de rundele de consultări la nivel național, pe marginea unui pachet de sprijin dedicat SCC și nu au făcut decât să amplifice starea de nemulțumire existentă. În afara acordării șomajului tehnic pe o perioadă prelungită de timp (măsură care a exclus categoriile care lucrau ca liber profesioniști), autoritățile naționale au eșuat în a oferi sprijin de urgență și a atenua efectele pandemiei. Toate aceste lucruri au reușit aproape să destructureze anumite sectoare, provocând disensiuni în cadrul anumitor rețele și ducând la dispariția unor spații creative și proiecte culturale independente.

Interviurile realizate cu artiști, manageri culturali, creatori și antreprenori din sectoarele creative au relevat regrese semnificative pe mai multe planuri, preocupări serioase cu privire la viitorul anumitor sectoare creative, precum și viziuni divergente între artiști, creatori și autorități cu privire la rolul anumitor sectoare culturale și creative și mecanismele de sprijin și finanțare. Se remarcă mai ales nemulțumirea artiștilor și operatorilor culturali față de lipsa de interes a autorităților pentru cultura și arta contemporană. Aceștia semnalează necesitatea construirii de muzee și galerii de artă contemporană, unde tinerii artiști în curs de afirmare sau artiștii consacrați pot avea expoziții permanente și lansează un apel către autorități de a achiziționa artă produsă de artiști români și de a investi mai mult în infrastructura culturală la nivel național. Se semnalează, de asemenea, nevoia unei legislații mai clare în domeniul SCC, care să definească mai bine specificul sectorului cultural și creativ și contribuțiile lor culturale, economice și sociale.

Cele mai importante aspecte care trebuie adresate la nivel național sunt următoarele:

- Este necesară deschiderea unei discuții referitoare la cadrul legal care guvernează activitatea SCC. După cum am arătat în acest studiu, în perioada pandemiei, lipsa unui cadru legislativ comprehensiv a reprezentat o problemă în ceea ce privește formularea, și mai ales, implementarea măsurilor de sprijin pentru cei care activează în SCC. Reformarea cadrului legislativ ar trebui să se facă printr-un proces de consultare incluziv, astfel încât noul cadru legislativ să ofere protecție tuturor creativilor, indiferent de forma în care lucrează (freelanceri, angajați, antreprenori) sau domeniul de activitate.

- Este nevoie de o definire mai clară, la nivel de legislație, a specificului sectoarelor creative și sectoarelor culturale, ținând cont de faptul că cele două domenii diferă în privința output-ului generat, a publicului țintit și a piețelor în cadrul cărora funcționează; diferențierea acestora ar trebui să fie însoțită de crearea unor mecanisme de finanțare care să corespundă nevoilor specifice ale fiecărui domeniu.
- Crearea unor mecanisme de sprijin pentru contracararea efectelor negative ale unor eventuale viitoare crize economice și sanitare asupra SCC.
- Autoritățile naționale trebuie să investească în îmbunătățirea infrastructurii culturale la nivel național și să susțină achiziția de artă contemporană. În cele mai mari orașe din România există o nevoie acută pentru muzee de artă contemporană, spații de expunere și centre culturale moderne, adaptate standardelor de astăzi.
- Cultura nu ar trebui privită ca fiind un cost, ci ca reprezentând o investiție în educație și dezvoltare economică.

Provocări la nivel local

Impactul pandemiei COVID-19 asupra sectoarelor culturale și creative a fost masiv, pentru mulți membri ai comunităților creative, restricțiile impuse de criza sanitară conducând la pierderea securității financiare sau imposibilitatea continuării activității. Aceste efecte au fost cu atât mai grave cu cât sectorul era deja afectat de precaritate de dinainte de pandemie. Vulnerabilitatea deja existentă a fost accentuată de pandemie, mai ales în condițiile în care cultura nu a constituit un domeniu prioritar de susținere în perioada pandemiei. O mare parte dintre cei care activează în acest domeniu sunt freelanceri, lucrează cu contracte temporare sau cu fracțiuni de normă, iar acest statut e departe de a oferi protecția necesară în situații de criză, ca cea creată de pandemie.

Măsurile remediale de susținere a SCC la nivel național au fost afectate negativ de schimbări succesive de guvern, dar și de lipsa unui cadru legislativ adecvat care ar fi putut facilita acordarea de sprijin. În Cluj-Napoca, comunitatea celor activi în domeniile creative și culturale a încercat să pună presiune pe autorități și să aducă în primplan nevoia de a susține aceste sectoare grav afectate de pandemia COVID-19. Cu toate acestea, deși la nivel local a existat deschidere înspre consultări din partea autorităților, rezultatele nu au fost cele scontate. SCC din Cluj-Napoca și ZMC nu au primit niciun sprijin suplimentar în cele din urmă, nici din partea autorităților naționale și nici din partea celor locale.

În tot acest timp, SCC a înregistrat pierderi considerabile. Conform analizei indicatorilor economici aferenți SCC, în Cluj, ponderea SCC în totalul economiei locale este mai mare decât ponderea acestui sector în totalul economiei naționale. În același timp, în cazul SCC, indicatorii economici au înregistrat în 2020 o scădere mai mare, atât la nivel local și ZMC, cât și la nivel național, decât scăderea înregistrată la nivelul economiei per ansamblu. Numărul firmelor din sectorul cultural a scăzut în 2020 la nivelul ZMC în 8 din cele 22 de domenii, la fel cum a scăzut și numărul profesioniștilor în 4 din cele 22 de domenii. De asemenea, în 2020 a scăzut și numărul salariaților în 13 din cele 22 de domenii ale SCC, un trend prezent și la nivel național. Cifra de afaceri în SCC a scăzut și ea în 17 din cele 22 de domenii. Analiza detaliată pe domenii a evoluției indicatorilor privind unitățile economice și profesioniștii din SCC din ZMC relevă scăderea/reducerea activității economice în primul an al pandemiei în cazul celor mai multe dintre domenii. În unele cazuri, s-a putut observa o scădere a numărului de firme, corelată cu o creștere a numărului de profesioniști din SCC, ceea ce sugerează o posibilă încercare de a face față problemelor cauzate de criza sanitară prin schimbarea statutului juridic sau a încadrării juridice a celor care sunt activi în acest domeniu. Per ansamblu, din perspectiva numărului de salariați, a cifrei de afaceri și a profitului, sectorul creativ la nivel național a scăzut mai mult decât a scăzut în medie economia națională, iar în municipiile cu ponderea mai însemnată a sectorului cultural în economia locală – București, Cluj-Napoca, Iași - sectorul cultural a înregistrat o scădere mai mare decât economia locală în general.

În ceea ce privește dificultățile generate de pandemie, provocările s-au datorat atât restricțiilor impuse de autorități, care au limitat mobilitatea și interacțiunea socială, cât și unor reacții lente și/sau ambigue ale autorităților referitoare la schemele de ajutor create pentru susținerea sectoarelor culturale și creative. Restricțiile impuse de pandemie au afectat în moduri diferite pe cei activi în SCC, în funcție de domeniul de activitate și de afilierea instituțională. Domeniile asociate publicității sau publicisticii nu au resimțit efectul restricțiilor la fel de acut ca cele asociate artelor spectacolului, iar freelancerii sau cei fără un contract permanent sau de lungă durată au fost afectați mult mai grav de restricționarea unor tipuri de activități. De asemenea, măsurile remediale nu au fost luate suficient de rapid, schemele de finanțare suplimentare sub formă de ajutor de urgență nu au mai fost alocate în cele din urmă, iar acordarea ajutorului de șomaj tehnic a exclus numeroase categorii de creativi care nu aveau o afiliere instituțională sau contract de angajare înainte de pandemie.

Conform sondajului online cu creativi din ZMC realizat în acest studiu, o treime dintre respondenți au întâmpinat dificultăți financiare cauzate de scăderea veniturilor, în contextul pandemiei COVID-19. Cei mai mulți respondenți consideră statul ca principalul actor responsabil pentru identificarea și crearea de strategii de susținere a sectoarelor culturale și creative, mai ales în condiții de criză. Cele mai utile forme de susținere pentru SCC identificate de respondenți au fost: crearea de programe locale destinate finanțării sectoarelor culturale și creative, scutirea de taxe și impozite pentru o anumită perioadă de timp, inițiative prin care spații și clădiri publice ar putea fi convertite în spații de expoziție și creație accesibile, granturi, dar și burse și rezidențe de lucru. Pe lângă provocările aduse de pandemie, comunitatea SCC din Cluj consideră că cele mai importante obstacole întâlnite în procesul de accesare a pieței muncii din acest domeniu sunt: lipsa oportunităților de angajare în domeniul sau specializarea pentru care s-au pregătit, lipsa de predictibilitate a veniturilor, lipsa de cunoștințe despre business management, piața insuficient de dezvoltată pentru serviciile și produsele oferite, salariile prea mici din industriile creative, respectiv lipsa unor măsuri de sprijin instituționale pentru industriile creative.

Deși Cluj-Napoca este un oraș vibrant din punct de vedere cultural, rezultatele acestui studiu ne arată că există numeroase probleme structurale în cadrul activității SCC, probleme ce existau și înaintea pandemiei. De exemplu, faptul că România nu are o strategie coerentă de dezvoltare și susținere a sectorului cultural și creativ îi afectează negativ pe cei care lucrează în acest domeniu. De asemenea, comunitatea creativilor nu beneficiază de un grad suficient de ridicat de coeziune, ceea ce face dificilă reprezentarea acestei comunități. Persoanele cu care am dialogat ca parte a studiului apreciază activitatea societății civile implicate în SCC, însă consideră ca programele derulate de organizațiile civice nu sunt întotdeauna suficient de vizibile sau transparente. Unele persoane intervievate au menționat în rândul problemelor structurale și pe cea a spațiilor de lucru necesare, uneori fiind dificil de obținut un spațiu pentru creație chiar dacă există resurse financiare, pentru că piața acestora este axată strict pe spații de birouri.

Mai mult, artiștii și operatorii culturali resimt efectele „festivalizării orașului” și direcționarea fondurilor locale către anumite tipuri de evenimente culturale care nu încurajează întotdeauna artiștii locali și reorganizează scena culturală după regulile pieței și ale profitului (Braniște 2021). Cercetarea ne-a relevat o scenă culturală puternic fragmentată și critică față de încercarea transformării creatorilor în antreprenori culturali și reorganizarea sectorului cultural într-un sector generator de profit.

În ceea ce privește antreprenorii din SCC din Cluj, datorită faptului că cei mai mulți consideră că se află într-un proces de dezvoltare și consolidare a identității lor artistice sau creative, aceștia sunt moderat optimiști sau rezervați în privința creșterii veniturilor în perioada următoare. Aceștia recunosc importanța dezvoltării abilităților lor antreprenoriale, însă un număr relativ mic din aceștia consideră ca prioritară participarea la cursuri de formare și dezvoltare a acestor abilități. Dintre cei care au participat la programul Culturepreneurs, aceștia consideră extrem de utile sesiunile de mentorat, sesiunile de coaching precum și cursurile practice. Modulele cele mai bine cotate în cadrul programului sunt modulele de marketing, custom design, design de produs, system thinking, strategie, management financiar și cursurile legate de educația financiară.

Cu toate acestea, una dintre problemele cele mai stringente semnalate de artiștii, operatorii culturali și antreprenorii din SCC au fost lipsa infrastructurii culturale și lipsa spațiilor de lucru disponibile la nivelul municipiului Cluj. Aceste aspecte inhibă consolidarea unor fenomene culturale și accesul publicului la cultură, fiindcă nu există galerii sau muzee de artă contemporană sau săli de concerte și forțază creatorii să caute spații de lucru în afara orașului, destructurând astfel țesutul creativ local și inhibând crearea unor ecosisteme creative sustenabile care să contribuie la dezvoltarea de noi nișe și domenii economice la nivel local.

Astfel, cele mai importante aspecte care trebuie adresate la nivel local identificate de autorii acestui raport sunt următoarele:

Studiul a reliefat problema lipsei de coeziune din cadrul comunității de creativi din Cluj. Considerăm că Centrul Cultural Clujean sau o rețea similară care să includă un număr cât mai mare de creatori și operatori culturali, ar putea să își asume rolul de reconstruire a acestei comunități, astfel încât să se recreeze sentimentul de încredere și de apartenență la un grup care poate centraliza și comunica mai departe problemele identificate de membri, dar și disponibilitatea ofertelor de susținere a SCC, de la cele financiare, la potențiale parteneriate. În reconstruirea acestei comunități ar trebui avute în vedere toate subdomeniile de activitate din cadrul sectoarelor culturale și creative și incluși toți cei care activează în acestea, indiferent de forma de implicare sau domeniul de activitate. O astfel de comunitate ar fi foarte importantă atât pentru colectarea de date la nivel local referitoare la activitatea SCC, nevoi, sau strategii de dezvoltare, cât și pentru reprezentarea comunității de creativi, atunci când vine vorba de protejarea și promovarea intereselor acesteia.

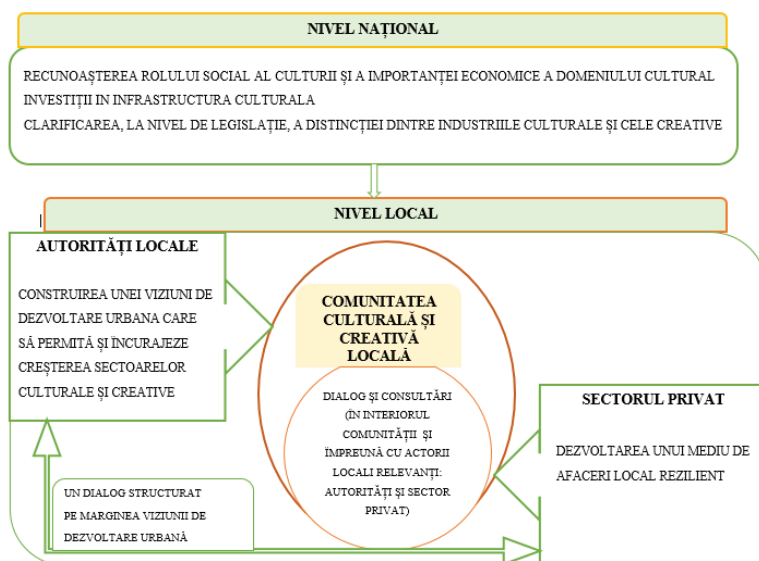
- Diversificarea amprenteii culturale a Zonei Metropolitane Cluj. Amprenta culturală a unui oraș de anvergură Clujului, care capitalizează semnificativ pe marginea sectoarelor culturale și creative, trebuie să fie diversificată și separată de imperativul profitului. Astfel, deși festivalurile de muzică și film, care atrag un număr mare de participanți, oferă vizibilitate dar și încasări, este important ca autoritățile locale să susțină și stimuleze toate domeniile care țin de sectoarele culturale și creative, deoarece acestea au o contribuție importantă la educarea membrilor comunității, facilitează dialogul social și oferă mecanisme de incluziune și reprezentare a unor categorii sociale diverse. Cultura trebuie privită ca un bun public și ca o investiție în dezvoltarea locală.
- În acest sens, autoritățile locale ar trebui să transparentizeze accesul la fonduri care susțin SCC și să asigure premisele unor competiții în care sunt reprezentate cât mai multe dintre domeniile care constituie paleta culturală și creativă a orașului. Finanțările care au priorizat în ultimii ani organizarea de festivaluri ar trebui să devină mai echitabile și incluzive și să sprijine o categorie cât mai diversă de producții culturale și operatori culturali.
- Este nevoie de o diferențiere a sectoarelor creative și culturale și o mai bună înțelegere a specificului fiecărui sector. Astfel, trebuie înțeles că anumite domenii sau producții culturale precum artele spectacolului sau artele vizuale nu pot și nu trebuie să opereze în logica profitului. Rolul lor este educativ și social, iar finanțarea acestora trebuie realizată după criterii de performanță diferite de cele ale sectorului creativ și a unor domenii creative care implică realizarea de produse și servicii care pot fi multiplicare și vândute pe o piață diferită de cea a produselor culturale. Recomandăm aici actualizarea cadrului legal și a mecanismelor de finanțare a acestor două sectoare.
- Evaluarea activităților culturale la nivel de comunitate ar trebui realizată într-un mod mai profesionist și transparent, utilizând criterii ce nu se limitează la estimarea profitului imediat/direct (pentru unele dintre acestea, profitul nu ar trebui să reprezinte un criteriu de evaluare); e nevoie, totodată, ca evaluarea să aibă un caracter incluziv, reflectat în componența comisiilor de evaluare.
- Crearea, de către autoritățile publice locale, a unei strategii de dezvoltare care să implice

consultarea sectoarelor culturale și creative, precum și a actorilor din sectorul privat; în acest mod, sunt sporite șansele construirii unui cadru urban în care cultura și creativitatea pot prospera.

- Încurajarea formării unor ecosisteme și hub-uri creative. Acestea pot genera inovație atât în sectorul tehnologic, cât și în alte domenii precum design interior, dezvoltare urbană, producția de mobilier sau produse de design, arhitectură, modă, economie circulară. Există câteva exemple grăitoare, precum NodMaker Space (București), Ambasada (Timișoara), precum și multe alte exemple din Regatul Țărilor de Jos și Belgia, ca de pildă Werkspoorkathedraal din Utrecht, Pollux Studios din Haga, Allee du Kaai din Bruxelles sau Pier 15 din Breda.
- Încurajarea industriilor creative pe plan local este importantă și din perspectiva diversificării economice și a rezilienței mediului de afaceri local. Acest lucru poate contribui la retenția talentelor și la valorificarea creativității locale. În plus, poate stimula creșterea gradului de inovație, dezvoltarea unor branduri locale cu vizibilitate globală, crearea unui țesut economic local valoros, atât din punct de vedere al activelor, cât și al poziției în lanțurile de valoare globale.

Pentru a înțelege mai bine cum articulează aceste procese și dinamici la nivel național și local propunem următoarea schemă de interpretare:

Fig. 4.1.1 Nivele și direcții generale de acțiune



Sursa: Prelucrarea autorilor

Rezultatele acestei cercetări pot fi utile pentru multiple categorii de public: decidenți politici interesați de îmbunătățirea măsurilor de susținere a SCC, companii private și organizații din sfera societății civile implicate în susținerea SCC, cercetători preocupați de dinamica din aceste sectoare de activitate.

SECȚIUNEA 5

REFERINȚE

Surse academice, rapoarte și studii

Anheier, H. K., Merkel, J., Winkle, K. (2021). Culture, the Arts and the COVID-19 Pandemic: Five Cultural Capitals in Search of Solutions. Hertie School of Government, Berlin.

Braniște, M. (2021). The Offensive of the Creative City. The Case of Cluj-Napoca in Romania. *Studies in Visual Arts and Communication- an international journal* 8 (2) online, https://journalonarts.org/wp-content/uploads/2021/12/SVACij_Vol8_No2-2021_Braniste_The-Offensive-of-the-Creative-City.pdf.

Betzler, D., Loots, E., Prokúpek, M., Marques, L. & Grafenauer, P. (2021). COVID-19 and the arts and cultural sectors: investigating countries' contextual factors and early policy measures, *International Journal of Cultural Policy* 27(6): 796-814. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1842383>.

Comunian, R. & England, L. (2020). Creative and cultural work without filters: COVID-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends* 29(2): 112-128.

<https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1770577>.

Culturadata. (2020). Cultura în carantină – Sprijin pentru sectorul cultural în timpul crizei COVID-19, Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală, publicat 8 aprilie 2020, <https://culturadatainteractiv.ro/monitorizarea-domeniului-cultural-in-timpul-crisiei-COVID19/sprijin-pentru-sectorul-cultural/>.

Culture Action Europe & Dâmaso, M. (2021). Research for CULT Committee – The situation of artists and cultural workers and the post-COVID-19 Cultural Recovery in the European Union, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels.

Dărășteanu, C. (2020). Analiza economică a sectoarelor culturale și creative din România în perioada 2105-2018. Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală (INCCF), București.

Ernst & Young. (2021). Rebuilding Europe: The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis.

https://www.rebuilding-europe.eu/_files/ugd/4b2ba2_1ca8a0803d8b4ced9d2b683db60c18ae.pdf.

Florida, R., Rodríguez-Pose, A., Storper, M. (2020). Cities in a Post-COVID World (Papers in Evolutionary Economic Geography No. 20.41). Utrecht.

Gustafsson, C., Lazzaro, E. (2021). The Innovative Response of Cultural and Creative Industries to Major European Societal Challenges: Toward a Knowledge and Competence Base. *Sustainability*, 13, 13267. <https://doi.org/10.3390/su132313267>.

IDEA Consult, Goethe-Institut, Amann S. and Heinsius J. (2021). Research for CULT Committee - Cultural and creative sectors in post-COVID-19 Europe: crisis effects and policy recommendations, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels.

Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y., & Belitski, M. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda. *Journal of business research*, 139, 1192–1210.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.062>.

Kunzmann, K. R. (2020). "Smart Cities After COVID-19: Ten Narratives", *disP - The Planning Review* 56 (2), 20-31, DOI: 10.1080/02513625.2020.1794120.

Majdúchová, H. (2021). Influence of COVID-19 Pandemic on The Most Globalized Sectors of Creative Industries in Slovakia. The 20th International Scientific Conference Globalization and its Socio-Economic Consequences 2020, DOI: 10.1051/shsconf/20219201027.

Montalto, V. Jorge Tacao Moura, C. , Langedijk, S., Saisana, M. (2018). *The Cultural and Creative Cities Monitor. 2017 Edition*, Publication Office of the European Union, Luxembourg.

Montalto V., Tacao Moura C. J., Alberti V., Panella F., Saisana M. (2019). *The Cultural and Creative Cities Monitor. 2019 edition*, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2019, ISBN 978-92-76-08807-3, doi:10.2760/257371, JRC117336.

Montalto, V., Sacco, P.L., Alberti, V., Panella, F. and Saisana, M. (2020). *European Cultural and Creative Cities in COVID-19 times*, EUR 30249 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg, ISBN 978-92-76-19433-0, doi:10.2760/624051, JRC120876.

Naylor, R., Todd J., Moretto, M. & Traverso R. (2021). *Cultural and Creative Industries in the Face of COVID-19: An Economic Impact Outlook*, UNESCO, Paris.

Oltean, O, Angi, D., Pavel, A. & Radu, B., coordonatori. (2021). *Culturepreneurs: competitivitatea industriilor culturale și creative din Cluj-Napoca și Zona Metropolitană în context european*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, ISBN 978-606-37-1081-0.

Pasikowska-Schnass, M. (2020). *EU support for artists and the cultural and creative sector during the coronavirus crisis*, Briefing European Parliament, European Parliamentary Research Services (EPRS), May 2020, PE 649.414.

Rodrik, D. (2018). *Straight Talk on Trade. Ideas for a Sane World Economy*. Princeton University Press.

Travkina, E., Sacco, P. L. & Morari, B. (2020). *Culture Shock: COVID-19 and the Cultural and Creative Sectors*. OECD.

UCLG Culture Committee. (2020). "Culture, Cities and the COVID-19 Pandemic; Part One: Documenting the Initial Measures and Drafting Challenges Ahead", UCLG Committee on Culture Reports, n°8, Barcelona, 8 June 2020.

UNESCO. (2020). *Culture in Crisis. Policy Guide for a Resilient Creative Sector*.

<https://en.unesco.org/creativity/publications/culture-crisis-policy-guide-resilient-creative>.

Zbranca, R. M. (2020). *Cultura ca profesie. Provocările sectorului cultural independent*. *Revista Transilvania de Științe Administrative* 2(47), 148-163.

Articole mass media și alte surse online

A II-a scrisoare deschisă către Președintele României, dl. Klaus Werner Iohannis, publicat 11 mai 2021

<https://www.aroc.ro/ro/a-ii-a-scrisoare-deschis-c-tre-pre-edintele-rom-niei-dl-klaus-werner-iohannis/> (accesat 19.02.2022).

Beligăr, C. (2020). *“Problemele sectorului cultural din Cluj, în dezbatere: „Regândiți evenimentele la dimensiune mai mică. Găsiți soluții creative”*. Transilvania Reporter. Publicat 27 mai 2020. <https://transilvaniareporter.ro/coronavirus/problemele-sectorului-cultural-din-cluj-in-dezbatere-reganditi-evenimentele-la-dimensiune-mai-mica-gasiti-solutii-creative/> (accesat 22.02.2022).

Centrul Cultural Clujean. (2020). *“Poziție privind schema de ajutor de stat pentru sectorul cultural propusă de către Guvernul României”*, publicat 20 noiembrie 2020. <https://cccluj.ro/pozitie-privind-schema-de-ajutor-de-stat/?fbclid=IwAR3qb4Xp2r9xFp7Vf0bbkqxzVtp3dBnQjhhVMZJ-44IcMnwVNGZCZAtyXw> (accesat 20.02.2022).

Deacu, E. (2021). *“Industria spectacolului, aproape de colaps. Ce spun Tudor Chirilă, producătoarea Ada Solomon și alți actori din sectorul artistic”*, Economedia.ro, publicat 25 martie 2021.

<https://economedia.ro/analiza-industria-spectacolului-si-sectorul-artistic-aproape-de-colaps-angajatii-se-reprofileaza-guvernul-ignora-total-artistii.html#.YnAzydpBzIU> (accesat 06.03.2022).

European Commission. Cultural and Creative Cities Monitor. <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor>

Eurostat. <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics>.

G4media. (2020). *“Aproape o sută de trupe și cântăreți îi cer premierului să includă artiștii în schema de ajutor de stat pentru sectorul cultural afectat de pandemie”*, publicat 23 noiembrie 2020. <https://www.g4media.ro/aproape-o-suta-de-trupe-si-cantareti-ii-cer-premierului-sa-includa-artistii-in-schema-de-ajutor-de-stat-pentru-sectorul-cultural-afectat-de-pandemie.html> (accesat 20.02.2022).

Ministerul Muncii (2022) Comunicat de presă (19 ianuarie 2022): <http://mmuncii.ro/j33/index.php/ro/comunicare/comunicate-de-presa/6477-cp-acordare-somaj-tehnic-context-epidemie-19012022> (accesat 24.02.2022).

Modreanu, C. (2021). *“Compensare sau relansare? Artiștii, nemulțumiți de schema de ajutor propusă de Ministerul Culturii”*, Scena.ro, publicat 29 ianuarie 2021.

<https://revistascena.ro/arte/compensare-sau-relansare-artistii-nemultumiti-de-schema-de-ajutor-propusa-de-ministerul-culturii/> (accesat 07.03.2022).

“Scrisoare deschisă către Președintele României, dl. Klaus Werner Iohannis”. Publicat 23 martie 2021. <https://www.aroc.ro/ro/scrisoare-deschis-c-tre-pre-edintele-rom-niei-dl-klaus-werner-iohannis/> (accesat 19.02.2022).

Silea, L. (2020). *“Primăria lui Boc răspunde prompt crizei din domeniul cultural. Se face o nouă sesiune de finanțare pentru proiecte în toamnă, după ce se va ști clar ce evenimente și ce public vor fi permise în 2020”*. Actual de Cluj. Publicat 27 mai 2020. <https://actualdecluj.ro/primaria-lui-boc-raspunde-prompt-crisiei-din-domeniul-cultural-se-face-o-noua-sesiune-de-finantare-pentru-proiecte-in-toamna-dupa-ce-se-va-sti-clar-ce-evenimente-si-ce-public-vor-fi-permise-in-2020/> (accesat 21.02.2022).

Stancovici, D. (2021). Artiștii din domeniile încă afectate de limitări vor putea beneficia în continuare de sprijin, prin acordarea unei indemnizații de 41,5 % din câștigul salarial mediu brut. News.ro (publicat 3 iunie 2021), <https://www.news.ro/politic-intern/update-raluca-turcan-artistii-domeniile-afectate-limitari-vor-putea-beneficia-continuare-sprijin-acordarea-unei-indemnizatii-41-5-castigul-salarial-medi-brut-precizarile-ministerului-muncii-1922402503002021061620230076> (accesat 23.02.2022).

Tănăsescu, A. & Coțovanu, D. (2021). "Ce n-a fost și ce a ajuns schema de ajutor de stat pentru sectorul cultural. De la campanie electorală la realitate", Cultura la Dubă, publicat 28 ianuarie 2021. <https://culturaladuba.ro/ce-n-a-fost-si-ce-a-ajuns-schema-de-ajutor-de-stat-pentru-sectorul-cultural-de-la-campanie-electorala-la-realitate/> (accesat 18.02.2022).

Vulcan, D. (2020). „Cultură sau divertisment? Pe cine sprijină guvernul prin schema de ajutor de stat?”, publicat 24.11.2020. <https://romania.europalibera.org/a/cultur%C4%83-sau-divertisment-pe-cine-sprijin%C4%83-guvernul-prin-schema-de-ajutor-de-stat-/30965793.html> (accesat 18.02.2022).

Ziua de Cluj. (2021). "Marile festivaluri ale Clujului, scrisoare către Iohannis: cer plan de redeschidere a activității și despăgubiri". Publicat 24 martie 2021.

<https://zcj.ro/cultura/marile-festivaluri-ale-clujului-si-oameni-de-cultura-scrisoare-catre-iohannis-cer-plan-de-redeschidere-a-activitatii-si-despagubiri--214388.html> (accesat 19.02.2022).



SECȚIUNEA 6

ANEXE

Anexa A - Domeniile nomenclatorului CAEN rev. 2 la nivel de 4 cifre incluse în analiză

- 1811 Tipărirea ziarelor
- 1812 Alte activități de tipărire n.c.a.
- 1813 Servicii pregătitoare pentru pretipărire
- 1814 Legătorie și servicii conexe
- 181 Tipărire și activități de servicii conexe tipăririi**
- 1820 Reproducerea înregistrărilor
- 2680 Fabricarea suporturilor magnetici și optici destinați înregistrărilor
- 3220 Fabricarea instrumentelor muzicale
- 4761 Comerț cu amănuntul al cărților, în magazine specializate
- 4762 Comerț cu amănuntul al ziarelor și articolelor de papetărie, în magazine specializate
- 4763 Comerț cu amănuntul al discurilor și benzilor magnetice cu sau fără înregistrări audio/video, în magazine specializate
- 476 Comerț cu amănuntul de bunuri culturale și recreative, în magazine specializate**
- 5811 Activități de editare a cărților
- 5812 Activități de editare de ghiduri, compendii, liste de adrese și similare
- 5813 Activități de editare a ziarelor
- 5814 Activități de editare a revistelor și periodicelor
- 5819 - Alte activități de editare
- 581 Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare**
- 5821 Activități de editare a jocurilor de calculator
- 5911 Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune
- 5912 Activități de post-producție cinematografică, video și de programe de televiziune
- 5913 Activități de distribuție a filmelor cinematografice, video și a programelor de televiziune
- 5914 - Proiecția de filme cinematografice
- 591 Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune**

5920 Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală

6010 Activități de difuzare a programelor de radio

6020 Activități de difuzare a programelor de televiziune

6391 Activități ale agențiilor de știri

7021 Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării

7111 Activități de arhitectură

7311 Activități ale agențiilor de publicitate

7312 Servicii de reprezentare media

731 Publicitate

7410 Activități de design specializat

7420 Activități fotografice

7430 Activități de traducere scrisă și orală (interpreți)

7722 Închirierea de casete video și discuri (CD-uri, DVD-uri)

8552 Învățământ în domeniul cultural (limbi străine, muzică, teatru, dans, arte plastice, etc.)

9001 Activități de interpretare artistică (spectacole)

9002 Activități suport pentru interpretare artistică (spectacole)

9003 Activități de creație artistică

9004 Activități de gestionare a sălilor de spectacole

900 Activități de creație și interpretare artistică

9101 Activități ale bibliotecilor și arhivelor

9102 Activități ale muzeelor

9103 Gestionarea monumentelor, clădirilor istorice și a altor obiective de interes turistic

910 Activități ale bibliotecilor, arhivelor, muzeelor și alte activități culturale

9329 Alte activități recreative și distractive n.c.a.

Anexa B - Domeniile nomenclatorului CAEN rev. 2 la nivel de 4 cifre incluse în categoriile Film, Design, Muzică și Editare/Publicare

Domenii	Sub-sectoare CAEN
Film	5821 Activități de editare a jocurilor de calculator
	5911 Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune
	5912 Activități de post-producție cinematografică, video și de programe de televiziune
	5913 Activități de distribuție a filmelor cinematografice, video și a programelor de televiziune
	5914 Proiecția de filme cinematografice
	6020 Activități de difuzare a programelor de televiziune
Design	7410 Activități de design specializat
Muzică	1820 Reproducerea înregistrărilor
	2680 Fabricarea suportilor magnetici și optici destinați înregistrărilor
	3220 Fabricarea instrumentelor muzicale
	4763 Comerț cu amănuntul al discurilor și benzilor magnetice cu sau fără înregistrări audio/video, în magazine specializate
	5920 Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală
	6010 Activități de difuzare a programelor de radio
	9001 Activități de interpretare artistică (spectacole)
	9002 Activități suport pentru interpretare artistică (spectacole)
	9003 Activități de creație artistică
	9004 Activități de gestionare a sălilor de spectacole
	9329 Alte activități recreative și distractive n.c.a.
Editare/ Publicare	1811 Tipărirea ziarelor
	1812 Alte activități de tipărire n.c.a.
	1813 Servicii pregătitoare pentru pretipărire
	1814 Legătorie și servicii conexe
	4761 Comerț cu amănuntul al cărților, în magazine specializate
	4762 Comerț cu amănuntul al ziarelor și articolelor de papetărie, în magazine specializate
	5811 Activități de editare a cărților
	5812 Activități de editare de ghiduri, compendii, liste de adrese și similare
	5813 Activități de editare a ziarelor
	5814 Activități de editare a revistelor și periodicelor
	5819 Alte activități de editare



ISBN 978-606-37-1651-5